

## **A TÁVOLLEVŐK KÖZÖTT KÖTÖTT SZERZŐDÉSEK SPECIÁLIS MEGJELENÉSI FORMÁJA – A CSOMAG- KÜLDŐ KERESKEDELEM**

### **BEVEZETÉS**

A technika fejlődésével, a piacgazdaság átalakulásával olyan új igények keletkeztek, melyek új típusú szerződések létrejöttét eredményezték, ezek pedig a hagyományos kontraktusokhoz képest eltéréseket mutatnak.

A csomagküldő kereskedelem elterjedése elsősorban annak köszönhető, hogy a távolságok és a határok gyakorlatilag megszűntek létezni, és felgyorsult világunkban mindenki igyekszik a lehető leggyorsabban, legkényelmesebben, a legjobb minőségű és számára legmegfelelőbb termékeket megszerezni. Ehhez kiváló lehetőséget nyújt a csomagküldő kereskedelem, hiszen otthonunk kényelmében választhatunk a színes, egyre többféle katalógus kínálataiból, ráadásul a termékeket is otthonunkban kaphatjuk meg.

Hazánkban a kereskedelemnek ezen típusa a távközlő eszközök igénybevételével kötött szerződések első megjelenési formája volt, már az 1980-as évek végén megjelentek az első katalógusok, majd a teleshopok révén terjedt el igazán, mára pedig elektronikus eszközök útján is rendelhetünk a legkülönbözőbb termékek közül. Mára a csomagküldő kereskedelmi cégek számtalan típusa jött létre, melyek a virágküldéstől az ajándékok, könyvek, lakberendezési tárgyak és sporteszközökön át, foglalkoznak ruházati termékek, babaruhák és bútorok, multimédiás eszközök értékesítésével is, ráadásul nemcsak hazai, de külföldi, elsősorban az EU tagállamainak kereskedői és ajánlatai közül is bátran válogathatunk.

Választásom elsősorban azért esett a szerződések ezen új típusára, mert ugyan a csomagküldő kereskedelem meglehetősen elterjedté vált hazánkban is – mellyel számtalan probléma is felvetődik –, a jogirodalom nem foglalkozik részletesen ezekkel a szerződésekkel, önálló monográfia nem jelent meg ez idáig a témával kapcsolatban. Dolgozatomban részletesen kifejtem a csomagküldő kereskedelmi szerződésre vonatkozó jogszabályokat, a szerződés megkötésének teljes folyamatát és a felmerülő problémákat is, valamint a lehetséges megoldási javaslatokat, mellyel reményeim szerint átfogó képet adok a csomagküldő kereskedelemről.

## ELSŐ RÉSZ

### A CSOMAGKÜLDŐ KERESKEDELEM JOGSZABÁLYI KÖRNYEZETE

#### *A szabályozás szükségessé válása*

A polgári jog diszpozitivitásából eredően a felek olyan tartalommal hozhatnak létre szerződéseket, amilyennel akarnak, ennek pusztán néhány korlátját állítja fel a jogalkotó. A szerződési szabadság, a piacgazdaság kialakulása, és annak jelenségei olyan új szerződési típusokat hoztak létre, melyek a hagyományos, nevesített szerződésektől eltérnek: ezek az úgynevezett atipikus kontraktusok, melyek sajátos jellemzőik alapján önálló, *sui generis* szerződési kört jelentenek.<sup>1</sup>

A piacgazdaság azonban nemcsak új szerződési típusokat, de új erőviszonyokat is teremtett a szerződő felek között, a gyengébb fél, vagyis a fogyasztó védelme pedig új, a szerződéses viszonyba is beavatkozó jogszabályi rendelkezések megalkotását tette szükségessé.<sup>2</sup> A fogyasztók védelmére elsősorban az Európai Unió dolgozott és dolgoz ki folyamatosan előírásokat, melyekkel Magyarország köteles összhangba hozni, azokhoz közelíteni jelenlegi, és jövőbeni jogszabályi rendelkezéseit.<sup>3</sup> Ezek a rendelkezések elsősorban irányelvekként jelennek meg, melyek kógens szabályokat tartalmazó minimumkövetelményeket rögzítenek. Ennek indoka, hogy az Európai Unió polgárai a határok nélküli piacon fogyasztóként jelentős szerepet játszanak, ezért a tagállamokban egységes védelmükre van szükség, biztosítani kell számukra, hogy bármely tagállamban hozzájussanak a legbiztonságosabb árukhoz és szolgáltatásokhoz, valamint a legtisztességesebb tájékoztatáshoz.<sup>4</sup>

Ezen irányelvek jellemzője a már említettek mellett, hogy egyes szerződéstípusokat szabályoznak, mint például az ingatlanok időben megosztott használatára vonatkozó szerződéseket, a hálázó kereskedést, vagy éppen a távollevők közötti szerződéseket.<sup>5</sup>

#### *A csomagküldő kereskedelemre vonatkozó jogszabályok*

A csomagküldő kereskedelmet több jogszabály definiálja, körülbelül ugyanazon tartalommal az 1989. évi kereskedelmi minisztériumi rendelet óta a legújabb, 2005. évi törvényi szabályozásig,

nevezetesen, hogy az „az a kereskedelmi tevékenység, amelynek során a kereskedő kizárólag a termék ismertetőjét juttatja el bármely formában a vásárlóhoz, vagy reklámban hívja fel a figyelmet az árura, és az ismertető vagy reklám alapján kiválasztott és megrendelt árut szállítja (szállíttatja) a megjelölt címre”.<sup>6</sup>

Tekintettel arra, hogy a termék ismertetőjének elküldése, illetve a felek által tett szerződési nyilatkozatok megtétele távközlő eszközön keresztül történik, a csomagküldő kereskedelmi kontraktusokra a **távollevők közötti szerződésekre vonatkozó Kormányrendelet**<sup>7</sup> is alkalmazható, amennyiben a vásárló fogyasztónak minősül. A Kormányrendelet a 7/97/EK irányelv<sup>8</sup> átültetése a magyar jogba, annak minimumrendelkezéseit figyelembe veszi, és a fogyasztó védelmében néhol szigorúbb szabályozást is tartalmaz. Az irányelvvel ellentétben nem rendelkezik a hitelkártyával való fizetésből eredő visszaélésekről, a nem kért értékesítés részletes szabályairól és következményeiről (csak annyit tartalmaz, hogy ilyen termékért ellenérték nem követelhető), a bírósági, vagy közigazgatási jogorvoslatokról, és az alkalmazandó joggal kapcsolatos imperatív szabályokról.<sup>9</sup> Ezeket a kérdéseket jórészt rendezik **más jogszabályok**, melyek részletezésére a későbbi fejezetekben térek ki. Ezek a szabályok kógenssek, vagy klauzikálisan kógenssek, mert azoktól csak a fogyasztó javára lehet eltérni<sup>10</sup>, a fogyasztó érvényesen nem is mondhat le a rendeletben meghatározott jogairól,<sup>11</sup> ám ha ilyen tartalmú nyilatkozatot tesz, azt nem lehet kiterjesztően értelmezni a Ptk. szerint,<sup>12</sup> így az nem értelmezhető akként, hogy a rendeletben foglalt jogaiból enged.

Ahol a fenti jogszabályok nem tartalmazznak előírást, ott a **Ptk. rendelkezéseit** kell alkalmazni háttérnormaként a szubszidiaritás elve alapján, melyet a távollevők közötti szerződéseket szabályozó rendelet kifejezetten tartalmaz is.<sup>13</sup>

A külföldi érdekképviseleti szervezetekhez hasonlóan<sup>14</sup> 1993. decemberében Magyarországon is megalakult a **Magyar Áruküldők Egyesülete**, melynek akkor még csak néhány tagja volt, mára viszont a csomagküldő kereskedelmi forgalom 80%-át lebonyolító kereskedők tagjai (köztük például a Starkl Kert, Quelle, Schafer Shop) a szervezetnek. Az egyesület elkészítette „*Etikai Szabályzat – Szakmai Előírások*” elnevezéssel azon alapelveit, melyeknek

betartásával a tagjai elhatárolják magukat az „inkorrekt kínálati hordozókkal, valamint a vásárlókat megtévesztő 'eladásösztönző' nyereményakciókkal kereskedő és a vevők által utolérhetetlen csomagküldőktől”<sup>15</sup>, és amelyek kötelező erejűek a tagvállalatok számára. A Szabályzat tartalmaz előírásokat a kötelező tájékoztatás tartalmi elemeire, a szállítás feltételeire, az áru leírására, szavatossági kötelezettségekre, valamint a kötelező szerződéses feltételekre (katalógus érvényességi ideje, reklamáció, elállási jog, MÁE logó...) vonatkozóan is. Ezen előírások megszegése esetén az egyesület minden tagja az Egyesület Etikai Bizottsága előtt felel, mely figyelmeztetésben részesítheti a kereskedőt, ismétlődő megsértés esetén pedig az érintett tagvállalat közgyűlési határozattal ki is zárható az Egyesületből. A MÁE 1995 tavasza óta az Európai Áruküldők Egyesületének<sup>16</sup> is tagja, mely „támogatást jelent az áruküldő és az ehhez szorosan kapcsolódó direkt marketing szakma, valamint a hozzá szükséges infrastruktúra megteremtésében és továbbfejlesztésében.”<sup>17</sup>

## MÁSODIK RÉSZ

### A CSOMAGKÜLDŐ KERESKEDELEM ÉS KAPCSOLATA MÁS SZERZŐDÉSEKKEL

#### *A csomagküldő kereskedelem fogalma*

A csomagküldő kereskedelem hazánkban a távközlő eszközök igénybevételevel kötött szerződések első megjelenési formája volt<sup>18</sup>, már az 1980-as évek végén megjelent a különböző katalógusok (például Otto, Starkl Kert), majd a teleshopok révén.<sup>19</sup> A csomagküldő kereskedelem és annak keretében kötött szerződés a távollevők között kötött szerződés egy speciális formája, mivel a szerződési nyilatkozatokat a szerződés alanyai valamely távközlő eszköz útján teszik meg, és mint ilyen, atipikus, vagyis a Ptk-ban nem nevesített szerződés, azon belül is önállótnak, más szerződések által közvetített, járulékos jellegű kontraktus. A más szerződések általi közvetítettség azt jelenti, hogy az a kereskedő által üzletszerűen végzett tevékenységhez kötődik, a szerződés pedig ennek a tevékenységnek a terméke. A járulékos jelleg pedig azt tükrözi, hogy a Ptk-ban nevesített szerződéshez képest nem mutat lényegi eltérést.<sup>20</sup>

A csomagküldő kereskedelmi szerződés elsősorban a szerződés megkötésének módjában tér el a nevesített szerződésektől, mivel a távközlő eszköz igénybevételevel történik,<sup>21</sup> ebből adódóan speciális szállítási szerződésnek is tekinthető (más néven halasztott adásvételnek). Összességében tehát több és más a Ptk-ban nevesített valamennyi szerződésnél, ezért minősül atipikusnak.<sup>22</sup> A csomagküldő kereskedelmi szerződés adásvételi része a vásárló által kiválasztott és a kereskedő által értékesített áru tulajdonjogának a vásárlóra történő átruházása, továbbá annak birtokba bocsátása, vagyis átadása.<sup>23</sup> Az átadás ebben az esetben az árunak a vásárló által megadott címre történő szállítását is jelenti, és nem a kötelezett, vagyis a kereskedő székhelyén kell teljesíteni a szerződést. Ezt saját eszközével, vagy fuvarozó közbejöttével is megteheti, ilyenkor pedig a szállítási szerződés jellemzői hangsúlyosabbak.<sup>24</sup>

A csomagküldő kereskedelem atipikus szerződésként a hatályos Ptk-ban nem szerepel, de egyetértek Papp Teklával abban, hogy a készülő törvénykönyvbe beilleszthető lenne, mégpedig a speciális szerződéskötések közé, amennyiben annak rendelkezései rugalmasabbak lennének a jelenleginél,<sup>25</sup> tekintettel arra, hogy a csomagküldő kereskedelmi szerződésnek a szerződéskötés módja jelenti a tipikustól eltérő jellegzetességét.

### *Nevesített szerződésekhez való viszonya*

#### *Szállítási szerződés*

A szállítási szerződésnek is **célja** a tulajdonjog átruházása és a dolog átadása, meghatározott időben, meghatározott helyre való eljuttatása, ahogyan a csomagküldő kereskedelmi szerződésnek is.

Ugyan a szállítási szerződést is köthetik a felek távközlő eszköz útján, de a **szerződési nyilatkozatok** megtételének ezen kívül más módja is van, míg ugyanez a csomagküldő kereskedelmi szerződésről nem mondható el, hiszen annak sajátossága, hogy kizárólag távközlő eszközt vesznek igénybe a felek nyilatkozataik megtételének közvetítő eszközéül.

A szállítási szerződés (megrendelő és szállító, szintén kétalanyú kötelelem) **alanyaival** szemben a jogszabály nem tartalmaz a jogképességen kívül egyéb követelményt, ezzel szemben a csomagküldő kereskedelmi szerződésben (vásárló és kereskedő, ugyancsak kétalanyú kötelelem) a kereskedővel szemben számos előírást támaszt a jog tevékenysége folytatásának feltételéül.<sup>26</sup>

A **szerződések közvetlen tárgya** között nincs eltérés (tulajdonjog átruházása és meghatározott helyre való eljuttatása, átadása), ám a **közvetett tárgyak** közötti különbség, hogy a csomagküldő kereskedelemben egyes jogszabályi előírások tartalmaznak megkorlátásokat.<sup>27</sup>

Egyik szerződést sem köti jogszabály **alakszerűséghez**, és az ellenszolgáltatás típusa között sincs eltérés.

Mindkét szerződés esetén főszabály szerint a Ptk. általános **kel-lékszavatossági** szabályai alkalmazandóak, szállítási szerződés esetén viszont a Ptk. kifejezetten kiemeli, hogy a felek meghatározhatják a dolog minőségét, illetve annak megvizsgálási

módját, kifogásolás rendjét akár szabványra, vagy más előírásra tekintettel is.<sup>28</sup> Erre csomagküldő kereskedelmi szerződés esetén szintén van lehetőség – az írásbeli tájékoztatónak a szavatosság feltételeit is tartalmaznia kell –, attól eltekintve, hogy a távollevők közötti szerződéseket szabályozó rendelet kógens rendelkezéseket tartalmaz a kifogásolás rendjén belül a fogyasztó elállási jogára és annak gyakorlására vonatkozóan.

A szerződés **megszűnési okai** közül a megrendelő, illetve vásárló elállási jognak gyakorlását kell kiemelni. Szállítási szerződés esetén a megrendelő bármikor elállhat a szerződéstől, azonban a szállító ebből eredő kárát minden esetben köteles megtéríteni, a bíróság pedig bizonyos esetekben a jövőre nézve is megszüntetheti a szerződést, mely esetben a megrendelő szintén köteles megtéríteni a szállító kárát.<sup>29</sup> Csomagküldő kereskedelmi szerződés esetén is van lehetősége a vásárlónak elállni a szerződéstől (néhány korlát kivételével), de ezen elállási jog nem jár minden esetben kártérítési kötelezettséggel, és a szerződés csak ex tunc hatállyal szüntethető meg, tekintettel az elállási jog fogyasztóvédelmi jellegére.<sup>30</sup>

### *Fuvarozási szerződés*

A fuvarozási szerződést érdemes összehasonlítani a csomagküldő kereskedelemmel, mivel mindkettőnek célja a dolog meghatározott címre való eljuttatása, de a csomagküldő kereskedelmi szerződésnek ezen kívül a fent említettek szerint a tulajdonjog átruházása is. A mindennapi nyelvhasználatban a csomagküldő kereskedelem, vagy szolgáltatás helyett gyakran használják a csomagküldő szolgálat elnevezést, mely utóbbi álláspontom szerint a fuvarozási szerződésnek és nem a csomagküldő kereskedelemnek felel meg.

A fuvarozási szerződés **háromalanyú** kontraktus (fuvarozó – fuvaroztató – címzett), alanyaival szemben a jogképességen kívül nem támaszt további követelményeket a jog.

A szerződés **közvetlen tárgya** a dolog eljuttatása, ami a csomagküldő kereskedelmi szerződésben is megtalálható, de a fuvarozási kontraktusnak a tulajdonjog átruházása nem tárgya. A **közvetett tárgyak** között különösebb eltérés nincsen, eltekintve a



csomagküldő kereskedelemre irányadó, néhány termékkörre vonatkozó szigorúbb előírásoktól.

### *Az adásvétel különös nemei*

Az adásvétel különös nemei közül a mintavételt, illetve a részletvételt célszerű összevetni a csomagküldő kereskedelmi szerződéssel.

**A minta szerinti vétel** és a csomagküldő kereskedelmi szerződés elsősorban abban tér el egymástól, hogy utóbbinak a dolog átadásán túl annak a meghatározott címre történő eljuttatás is közvetlen tárgya. A másik eltérés, hogy mintavétel közvetett tárgya kizárólag a vevő által szolgáltatott mintának megfelelő dolog lehet<sup>31</sup>, csomagküldő kereskedelmi szerződés esetén pedig a szolgáltatható dolgok köre ennél jóval szélesebb (bár ilyen jelegű dolog is lehet).

**Részletvétel** is előfordulhat csomagküldő kereskedelmi szerződéssel kombinálva, ha a felek abban állapodnak meg, hogy a vásárló nem a dolog átvételekor fizeti meg a teljes vételárat, hanem később, több részletben.<sup>32</sup> Ilyen esetben mindkét félnek fennáll elárlási joga, ha azt az eladó is kiköti (írásban).

### *Mezőgazdasági termékértékesítési szerződés*

A mezőgazdasági termékértékesítési szerződés legjellemzőbb vonása tárgya: **közvetlen tárgya** a dolog tulajdonjogának átruházása, melyre csak egy meghatározott, későbbi időpontban kerülhet sor (a szerződés azon esete, melyben a tárgy maga a termelés, nem hasonlítható össze a csomagküldő kereskedelemmel). A csomagküldő kereskedelmi szerződésnek ezen túl – mint azt már többször említettem – **közvetlen tárgya** a dolog eljuttatása is, mely gyakorlatilag szintén csak egy meghatározott későbbi időpontban történhet, hiszen a szerződés távollevők között jön létre. A szerződések **közvetett tárgya** leginkább akkor egyezhet meg, ha kerteszeti csomagküldő kereskedőről van szó, aki maga termelte terményt, terméket, illetve állatot értékesít.

A szerződés alanyai között eltérés, hogy mezőgazdasági termékértékesítési szerződés esetén főszabály szerint csak termelő lehet az egyik fél, aki maga termeli a szerződés tárgyát,<sup>33</sup> míg csomagküldő kereskedelemben ilyen megszorítás nincs. A teljesítés

helyében is van eltérés: mezőgazdasági termékértékesítési szerződés esetén a termelő telephelye, míg csomagküldő kereskedelmi szerződés esetén éppen a vásárló lakóhelye a **teljesítés helye**.

Lényeges különbség az is, hogy mezőgazdasági termékértékesítési szerződés **írásbeli alakhhoz** kötött, a csomagküldő kereskedelmivel ellentétben.

A szerződések közötti **kellékszavatossági** kérdésekkel kapcsolatban a szállítási szerződésnél elmondottak itt is irányadók.<sup>34</sup> A szerződés speciális tárgya követeli meg azon szerződésszegési szankció előírását, mely szerint **késedelem** esetén a bekövetkezett értékcsökkenésért a késedelmes fél felel – ellenkező bizonyítás hiányában.<sup>35</sup> Szintén a speciális tárgy indokolja, hogy mezőgazdasági termékértékesítési szerződés esetén van lehetőség **határidő előtti teljesítésre** is (előzetes, kellő időben történő értesítés mellett), illetve tíz százalékkal kevesebb mennyiség teljesítésére,<sup>36</sup> melyet a csomagküldő kereskedelem nem tesz lehetővé, csak a felek újbóli közös megegyezése esetén.

### ***Kapcsolata más atipikus szerződésekkel***

#### ***Elektronikus szerződés***

Az elektronikus szerződés, ahogy a csomagküldő kereskedelem is távollevők közötti szerződésnek minősül, de míg a csomagküldő kereskedelemben bármely **távközlő eszköz igénybe vehető**, addig az elektronikus kereskedelemben csak elektronikus eszközök használhatóak a szerződési nyilatkozatok közvetítésére. Az elektronikus kereskedelem irányulhat áruk, illetve szolgáltatások értékesítésére, beszerzésére, vagy cseréjére is,<sup>37</sup> de a csomagküldő kereskedelem csak az értékesítésre és szállításra. A csomagküldő kereskedelem minden esetben visszterhes kontraktus, de az elektronikus szerződés nem feltétlenül, előfordulnak ingyenes szerződések is, elsősorban számítógépes szoftverek letöltése esetén.<sup>38</sup>

Az elektronikus kereskedelem **alanyai** lehetnek gazdálkodó szervezetek és fogyasztók – ahogy a csomagküldő kereskedelemnek is –, ez alapján csoportosíthatóak a szerződés típusai: B2B<sup>39</sup>, vagyis

gazdálkodó szervezetek, és B2C<sup>40</sup>, azaz gazdálkodó szervezetek és fogyasztók közötti szerződések a legjellemzőbbek.<sup>41</sup>

A két szerződéstípusnak közös pontja, hogy a csomagküldő kereskedelem szerződési nyilatkozatait elektronikus úton is megtehetik a felek (például elektronikus katalógus, webshopok), de míg elektronikus szerződés esetén a termék szállítása nem tartozik a szerződéshez, addig csomagküldő kereskedelemben ez is kötelező. Magyarországon az elektronikus kereskedelem első megjelenési formái a B2C típusú szerződések voltak, mégpedig csomagküldő kereskedelem formájában,<sup>42</sup> de még ma sem annyira elterjedt ez a szerződéskötési forma – és általában az internet használata –, mint Európa nyugati országaiban, vagy más fejlett államokban (például USA, vagy Japán),<sup>43</sup> bár számos webshop működik hazánkban is,<sup>44</sup> a bizalom még mindig hiányzik a vásárlók nagy részéből.

Közös jellemzőjük továbbá, hogy a **fogyasztóvédelem** fokozott érvényesülését, mindennek előtt a megfelelő tájékoztatást és adatvédelmet szükséges biztosítani a szerződéskötés és teljesítés során, azon jellegzetességükből adódóan, hogy a felek nem találkoznak, nem ismerik egymást, és a terméket sem látják a megvásárlás előtt.<sup>45</sup>

### *Franchise-szerződés*

A franchise „know-how-hoz és védjegyhez, vagy kereskedelmi névhez kapcsolódó, valamint más iparjogvédelmi vagy szerzői jogok együttese, amelyet áru forgalmazása, vagy szolgáltatás teljesítése céljából használnak fel”.<sup>46</sup>

A csomagküldő kereskedelemben számos olyan nemzetközi kereskedelmi cég működik, mely évek óta, jól bevált módszerekkel értékesíti termékeit ilyen úton, ezért egyre több országban kíván megjelenni. Erre két lehetősége van: vagy fióktelepet hoz létre, vagy feljogosít egy másik céget arra, hogy az általa kidolgozott üzletrendszert működtesse. Ez utóbbi esetben a cégek (franchise-átadók) ellenszolgáltatás fejében feljogosítják a franchise-átvevőjét az adott áru forgalmazására, szolgáltatás teljesítésére, úgy, hogy a két cég neve, üzleti megjelenése közös.

Előfordulhat, és gyakran elő is fordul, hogy a **franchise-szerződés csomagküldő kereskedők között** jön létre, ami

értékesítési (áru eladása) és szolgáltatási (termék megadott címre szállítása) franchise-nak minősül, és jellemzően nemzetközi szintre lépő cégek esetén alkalmazott, mivel országos keretek között a csomagküldés megoldható egyetlen cég révén is. Ilyen esetben jellemzően a katalógusok, online áruházak profilja, a termékek és a szerződési feltételek egyeznek meg a franchise átadóéval.

Franchise-rendszerben működő csomagküldő kereskedőkre **jó példa** lehet az évek óta ruházati termékeket forgalmazó, minden országban egységes megjelenésű, hasonló, vagy azonos termékeket hasonló feltételekkel értékesítő OTTO, vagy a Quelle, mely többek között Németországban, Ausztriában, Hollandiában, illetve Magyarországon „hagyományos”, katalógusos és online<sup>47</sup> csomagküldő szolgáltatással is foglalkozik. A Libri könyváruház is jó példa, hiszen ez Németországban, Olaszországban, Csehországban, illetve Magyarországon is értékesíti könyveit hasonló profilú üzletekben és webáruházakban<sup>48</sup>, csomagküldő kereskedelem útján egyaránt.

## HARMADIK RÉSZ

### SZERZŐDÉS LÉTREJÖTTE

#### *Szerződéskötés folyamata*

##### *A felek akaratának kölcsönös és egybehangzó kijelentése*

Mint minden szerződés, a csomagküldő szolgáltatás révén létrejött kontraktus is a felek kölcsönös és egybehangzó akaratnyilvánításán alapul, azáltal jön létre, hogy az egyik fél által tett ajánlatot a másik fél elfogadja.<sup>49</sup>

Tekintettel arra, hogy a csomagküldő kereskedelem a távollevők között kötött szerződések egyik speciális megjelenési formája<sup>50</sup>, a szerződéstípus egyik legfőbb jellegzetessége, hogy a szerződő felek nem egymás jelenlétében teszik meg közléseiket<sup>51</sup>, így az ajánlattételre felhívó, ajánlattételi, illetve elfogadó nyilatkozataikat. További specialitást jelent, hogy a szerződés megkötése során valamely mozzanat (felhívás ajánlatra, ajánlat, vagy az ajánlat elfogadása) távközlő eszköz útján történik.<sup>52</sup>

A csomagküldő kereskedelem fogalmából<sup>53</sup> kiindulva kétféle szerződéskötési folyamat valósulhat meg, attól függően, hogy mi az első jognyilatkozat: az ajánlattételre felhívás, avagy maga az ajánlat, ez pedig függ attól is, hogy milyen távközlő eszközt alkalmaz a kereskedő.<sup>54</sup>

##### *A nyilatkozatok közvetítő eszköze*

A csomagküldő kereskedelem azon jellegzetessége, hogy a felek egymás távollétében kötik meg a szerződést, teszik meg nyilatkozataikat, azt jelenti, hogy minden nyilatkozatot távközlő eszköz útján kell megtenniük, de az már nem követelmény, hogy ugyanazon típusú, vagy egyetlen eszközt használjanak a felek.<sup>55</sup>

Minden olyan **eszköz távközlőnek minősül**, mely alkalmas a felek távollétében, vagyis egyidejű fizikai jelenlétük nélküli<sup>56</sup> szerződési nyilatkozatok megtételére.<sup>57</sup> A rendelet támpontot ad, és példálózóan felsorol néhány ilyen eszközt, de figyelembe veszi a technika gyors fejlődésének lehetőségét, és nem tartalmaz taxatív jegyzéket.<sup>58</sup>

A csomagküldő kereskedő ajánlata szempontjából maga a **katalógus** a közvetítő eszköz<sup>59</sup>, ez pedig valamelyest korlátozza az igénybe vehető távközlő eszközök körét, ellentétben a reklámmal, illetve az egyéb – akár a vásárló, akár a kereskedő által tett – szerződési nyilatkozatokkal, melyek esetén nincs ilyen jellegű akadály. Álláspontom szerint katalógus elsősorban nyomtatvány formájában, sajtótermékben (megrendelőlappal együtt), illetve elektronikus formában jelenhet meg, de továbbítható faxon, vagy akár a televízióban is közvetíthető, ám ugyanez rádióban, vagy telefonon szinte elképzelhetetlen.

A távmásoló kereskedő általi igénybevételehez a rendelet megköveteli a vásárló kifejezett hozzájárulását<sup>60</sup>, más közvetlen kapcsolatot teremtő eszközt pedig főszabály szerint igénybe vehet, hacsak az ellen kifejezetten nem tiltakozik a vásárló.<sup>61</sup>

### *Felhívás ajánlattételre*

Abban az esetben, ha a kereskedő csupán felhívja a vásárló figyelmét az árura, ezzel ajánlattételre hívja fel,<sup>62</sup> és az első ajánlatot a vásárló teszi, teheti meg.

Az ajánlattételre felhívás abban különbözik magától az ajánlattól, hogy nem tartalmaz minden, a szerződés megkötéséhez szükséges feltételt és információt, mely elfogadása esetén létrejönne a jogügylet,<sup>63</sup> csupán a tárgyalásokba bocsátkozás szándékát fejezi ki<sup>64</sup>. Az ilyen tartalmú reklám tehát minden esetben felhívás ajánlatra, melyet követhet a vásárló ajánlata, illetve a kereskedő elfogadó nyilatkozata, és azzal létrejön közöttük a szerződés.

Az „egyszerű” ajánlati felhívásra is szigorú szabályok vonatkoznak csomagküldő kereskedelem esetén, amit a reklámban rejlő versenykorlátozó és fogyasztókat megtévesztő közlések lehetősége indokol, melyeket a későbbiekben részletesen kifejtetek<sup>65</sup>.

A reklámtörvény előírja a reklámnak mindazon **tartalmi elemeit**, melyeknek az meg kell feleljen, ha az árut belföldi csomagküldés útján, fogyasztó részére kívánják értékesíteni.<sup>66</sup> Azonosítható módon kell feltüntetni a „reklámozó megnevezését, székhelyének vagy az állandó belföldi telephelyének (üzlethelyiségének) megjelölését, valamint a külön jogszabályban meghatározott nyilvántartásba vételi számát”<sup>67</sup>.

Bár a reklámtörvény a távollevők között kötött szerződéseket szabályozó rendelet<sup>68</sup> előtt, ám az EK irányelv hatálybalépését<sup>69</sup> követően született<sup>70</sup>, rendelkezik a kereskedő azonosíthatóságának követelményéről, mely alapvető kötelezettségét jelenti a megfelelő tájékoztatásnak, amit a fent említett két jogszabály szintén tartalmaz<sup>71</sup>. Mindkét jogszabály a szerződés megkötése előtt, kellő időben rendeli el a **kereskedőre vonatkozó adatok** fogyasztó rendelkezésére bocsátását<sup>72</sup>, amely követelménynek véleményem szerint jól megfelel, ha azokat már a reklámban, tehát az ajánlat-tételre felhívásban feltünteti a kereskedő.

A fenti rendelkezések törvénybe iktatását indokolta jogharmonizációs kötelezettségünk<sup>73</sup>, de azon visszaélésszerű reklámok is, melyek csupán egy postafiókszámot árultak el az eladóról<sup>74</sup>, mely nem jelent elegendő információt a kereskedő fellelhetőségéhez.

Az online, vagy más néven internetes reklám elsősorban abban **különbözik** a hagyományos, más hordozókon megjelenő reklámtól, hogy magában hordozza az elektronikus információcserét is, vagyis nem csak információ nyújtására, hanem információ visszacsatolására is alkalmas.<sup>75</sup> Ebből adódik, hogy ez gyakran nem csupán ajánlattételre felhívást jelent, de bizonyos esetben megteremti a vásárlás lehetőségét is, amellyel már ajánlatnak minősül.

### *Ajánlat*

Amennyiben az eladó a szerződés megkötéséhez szükséges valamennyi feltételt és információt tartalmazó nyilatkozatot tesz, annak elfogadásával létrejön a szerződés. Így a megrendelőlappal ellátott hirdetések, illetve katalógusok nem pusztán reklámnak, felhívásnak minősülnek, hanem egyértelműen ajánlatnak.<sup>76</sup> A KeM rendelet, valamint az üzletek működéséről szóló rendelet az áru ismertetőjének a katalógust tekinti, de a 2005. évi kereskedelmi törvény nem használja ezt a kifejezést.<sup>77</sup> Az ismertető nyelvtani értelméből véleményem szerint következtethetünk arra is, hogy az alatt katalógust kell érteni<sup>78</sup>, de az a termék más jellegű bemutatását is jelentheti, így az ismertető tágabb jelentésű, mint a katalógus. Az ismertetésnek mindenesetre tartalmaznia kell a szerződés megkötéséhez szükséges minden információt, vagyis a megkötendő szerződés lényeges elemeit, illetve a távollevők között kötött

szerződések szabályozó rendeletben foglalt – később részletezendő – tájékoztatást.

A katalógusok hagyományos, papír alapú megjelenési formáját lassan kiszorítja az elektronikus változat, az *e-CAT*.<sup>79</sup> Ez multimédiás formában, praktikus CD lemezen tartalmazza mindazokat az információkat, melyeket a klasszikus nyomtatott példányok is megmutatnak, ám számos előnye van azokkal szemben. Az egyik legfontosabb, hogy tartalmi terjedelme nem annyira korlátozott, mint papír esetén, így bőven jut hely a terméket bemutató képeknek. A lemez elkészítése jóval olcsóbb is, hiszen könnyebben másolható, utánrendelhető, ráadásul ma már számos olyan cég működik, mely kifejezetten elektronikus katalógusok előállítására szakosodott,<sup>80</sup> Az *e-CAT* tartalmaz megrendelőlapot is, ez lehetőséget biztosít a rendelés-összeállításra, amely rendelés, vagyis az elfogadó nyilatkozat ezután e-mailben elküldhető.

„Átmenetnek” tekinthetjük a csaknem minden típusú terméket kínáló, szinte minden kereskedelmi csatornán jelen levő televíziós, azaz *teleshop* ajánlatokat.<sup>81</sup> Ezek álláspontom szerint nem pusztán reklámnak minősülnek, hiszen a szerződés megkötéséhez általában minden információt tartalmaznak, beleértve a rendeletben foglalt tájékoztatást is. A vásárlónak általában elég telefonon, ritkábban faxon elküldeni rendelését, ahogyan egy „hagyományos” katalógus esetén, de legalább annyi adatot közöl, mint egy webáruház.

A már sokat emlegetett webshopokat, vagy más néven webáruházakat mindenek előtt **el kell határolni a bemutatótermektől**. Ez utóbbi inkább hasonlít az e-katalógusra, mivel a termékek mellett nem jelenik meg a kosár, így nincs lehetőség az online, azonnali rendelésre, a vevő e-mailen, vagy telefonon veheti fel a kapcsolatot a kereskedővel.<sup>82</sup> Ez – ellentétben az azonnali megrendelést biztosító webshopokkal – csak akkor minősül ajánlatnak, és nem egyszerű ajánlattételre felhívásnak, ha a bemutatáson kívül tartalmazza a szerződés megkötésének feltételeit is.

### *Ajánlati kötöttség*

Az ajánlat megtételével, bármely fél tette is meg először, **függő jogi helyzet** alakul ki, az ajánlat pedig köti az ajánlattevőt.<sup>83</sup> Ez azt jelenti, hogy egy bizonyos ideig nem változtathatja meg kijelentését,



melyet a szerződési nyilatkozatok komolyságának jogos elvárása indokol. A Ptk. csak abban az esetben engedi meg az ajánlati kötöttség hiányát, ha azt már az ajánlattételkor kizárta az ajánlattevő.<sup>84</sup> Amennyiben a vásárló az ajánlattevő, kizárhatja ajánlati kötöttségét, de álláspontom szerint a kereskedő ugyanezt nem teheti meg, mivel a Ptk.-hoz képest speciális szabályt jelentő távollevők közötti szerződéseket szabályozó rendelet kötelezően írja elő a kötöttség meglétét, ugyanis annak időtartamáról a szerződés megkötése előtt köteles tájékoztatni a vásárlót.<sup>85</sup>

Távollevők között tett nyilatkozatokról lévén szó, az **ajánlati kötöttségnek** a kezdő és végső **időpontja** egyaránt lényeges. A Ptk. azt az időpontot tekinti a kötöttség kezdetének, amikor az ajánlat a címmel szemben hatályossá válik<sup>86</sup>, vagyis ha múló eszközzel teszük (ilyenkor nem reprodukálható a nyilatkozat<sup>87</sup>), a tudomásra jutás, ha pedig maradandó eszközzel, a megérkezés pillanatától áll be a kötöttség.<sup>88</sup> Csomagküldő kereskedelem esetén a telefon – illetve az azzal egy tekintet alá eső távközlő eszközök –, a televízió és a rádió minősül múló eszköznek, minden más maradandónak tekinthető, így azok vonatkozásában a megérkezés időpontja releváns.

A Ptk. szerint az ajánlatot **viszra is lehet vonni**, amíg az nem hatályosult, tehát a „visszavonó nyilatkozatnak legkésőbb a visszavont nyilatkozattal egy időben kell a másik félhez érkeznie, illetőleg tudomására jutnia”<sup>89</sup>, mely számos távközlő eszköz esetén szinte lehetetlen, mivel ahhoz az egyidejű kézbesítés szükséges, így szinte elképzelhetetlen például, hogy két fax küldemény<sup>90</sup>, vagy két e-mail egy időben érkezzen meg<sup>91</sup>.

Az ajánlati kötöttség végső időpontját, vagyis maximális időtartamát természetesen meghatározhatják a felek, ám ha arról nem rendelkeznek, a Ptk. alapján „annak az időnek elteltével **szűnik meg**, amelyen belül az ajánlattevő – tekintettel az ajánlatban megjelölt szolgáltatás jellegére és az ajánlat elküldésének módjára – a válasz megérkezését rendes körülmények között várhatta.”<sup>92</sup> A válaszadás időbeli megfelelése az alkalmazott eszköztől függően ténykérdés, objektív alapon nyugszik, bár problematikus lehet bizonyos távközlő eszközök esetén, hiszen az csupán perceket, vagy órákat jelenthet.<sup>93</sup> Az előbbi rendelkezés a távollevők közötti nyilatkozatokra vonatkozik, de mivel a Ptk. a telefonon tett nyilatkozatot úgy kezeli,

mint a jelenlevők között tett közléseket, ezen (és az ezzel egy tekintet alá eső) eszközök alkalmazása esetén, ha nem állapodnak meg a felek a kötöttség végső időpontjában, az megszűnik, ha az ajánlat címezte az ajánlatot „nyomban el nem fogadja”.<sup>94</sup>

### *Ajánlat elfogadása – a szerződés létrejöttének időpontja*

Az **akarategység**, vagyis a kölcsönös, egybehangzó akaratnyilvánítás nem más, mint az ajánlat (teljesen) azonos tartalommal történő elfogadása, ugyanis eltérő tartalmú nyilatkozat már új ajánlatnak minősül.<sup>95</sup> Tehát az elfogadó nyilatkozat megtételével minden egyéb jogcselekmény nélkül létrejön a szerződés.

A válasznak az **ajánlati kötöttség idején belül** kell megérkeznie, ha pedig késve érkezne az idejében megtett válasz – ami távközlő eszközök esetén az üzemeltetőnél történt meghibásodásból adódhat –, az ajánlattevő köteles az elfogadót haladéktalanul értesíteni arról, hogy a szerződés nem jött létre, ellenkező esetben a szerződés az ajánlatnak megfelelő tartalommal létrejön.<sup>96</sup> A **hallgatás beleegyezés** elve nem érvényesülhet a csomagküldő kereskedelemben, vagyis, ha a vásárló nem ad ezen időn belül választ, azt a kereskedő nem vélelmezheti elfogadásnak.<sup>97</sup>

A válaszra (elfogadó nyilatkozat) a Ptk. szerint távollevők esetén a megérkezés elve érvényesül, vagyis akkor **hatályosul** az elfogadó nyilatkozat (abban az időpontban jön létre a szerződés), amikor az megérkezik az ajánlattevőhöz, jelenlevők között (vagyis telefonon, illetve videotelefonon, videotexen tett nyilatkozatok esetén) pedig az elfogadás, vagyis a tudomásulvétel időpontjában.<sup>98</sup>

**Elektronikus eszközök** igénybevétele esetén kérdésként merülhet fel, hogy mikor tekinthető megérkezettnek a nyilatkozat. E probléma feloldására négy elmélet született a jogirodalomban: a megfogalmazási<sup>99</sup>, elküldési<sup>100</sup>, megérkezési<sup>101</sup>, valamint a tudomásszerzési<sup>102</sup> elmélet. Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatásokat szabályozó hazai törvény<sup>103</sup>, illetve az európai uniós irányelv<sup>104</sup> is a megérkezési elmülethez áll közel, mivel úgy fogalmaz, hogy az elektronikus úton tett nyilatkozat akkor tekintendő megérkezettnek, ha a címzett ahhoz hozzáférhet.

Általában a jogirodalomban<sup>105</sup> a **tudomásszerzési elmélet** dominál, de álláspontom szerint – a Ptk. fent említett rendelkezéseiből

kiindulva – ez csak akkor fogadható el, ha az elektronikus eszközöket múlt eszköznek, vagyis az ezek révén tett nyilatkozatokat jelenlevők között tett nyilatkozatnak tekintjük. Véleményem szerint azonban nem beszélhetünk minden elektronikus eszköz esetén múlt eszközről, hiszen például az elektronikus levelek írásbelinek, tehát maradandónak tekinthetők, ráadásul a címzett nem feltétlenül tudja azokat azonnal, megérkezésükkor elolvasni (bár ennek lehetősége elvben fennáll, de technikai akadályai lehetnek), míg a webáruházakban a megrendelés azonnal megérkezik a kereskedőhöz (de ez esetben sem garantált, hogy azt azonnal el tudja olvasni). Az elméletek közül tehát a múlt eszközök esetén a tudomásszerzést, míg maradandók esetén a megérkezést kell alapul vennünk.

### *A szerződés létrejöttének helye*

A szerződés megkötésének helye kérdéses lehet csomagküldő kereskedelem esetén, hiszen a nyilatkozatokat a felek nem ugyanazon helyen teszik meg. A Ptk. alapján távollevők közötti szerződéseknél – és véleményem szerint ebből a szempontból a telefonon, illetve az azzal egy tekintet alá eső távközlési eszköz révén tett nyilatkozatok esetén is ez a rendelkezés alkalmazandó –, a szerződés létrejöttének helye az ajánlattevő lakóhelye, székhelye (telephelye),<sup>106</sup> mely tehát attól is függ, hogy melyik fél tekinthető ajánlattevőnek. Így ha a kereskedő csak reklámoz, ajánlattételre hív fel, a szerződés megkötésének helye a vásárló lakóhelye lesz, míg ha ajánlatot is tesz, a kereskedő székhelyén jön létre a kontraktus.

### *A nyilatkozatok alakszerűsége*

A szerződési nyilatkozatok főszabály szerint nincsenek alakszerűséghez kötve, tehát azt bármilyen formában megtehetik a felek, így akár szóban, írásban, de ráutaló magatartással is.<sup>107</sup> Szóbeli nyilatkozatok telefonon, vagy valamilyen hanghordozón (például hangkazetta, CD) tehetők. Ráutaló magatartásról akkor beszélünk, ha „valamely magatartásból az általános élettapasztalat szerint a másik félnek egyértelműen fel kellett ismernie a szerződési akaratot.”<sup>108</sup> Álláspontom szerint a távközlő eszközök közül az internet alkalmazása (elsősorban webshopok) esetén merülhet fel a ráu-

taló magatartással tett nyilatkozat kérdése. A webshopokban a kosár-ra, vagyis a termékre kattintva lehet megtenni a szerződési nyilatkozatokat. Egyes álláspontok szerint ezt ráutaló magatartásnak tekinthetjük,<sup>109</sup> ám én azzal a véleményemmel értek egyet, hogy ez nem más, mint egy igen tartalmú elfogadó írásbeli nyilatkozat (hiszen maradandó eszközzel teszik), melyet így juttat el a címzett az ajánlattevőhöz.<sup>110</sup>

A csomagküldő kereskedelem esetén nincs erre nézve külön szabályozás, csak annyit mond a távollevők között kötött szerződéseket rendező rendelet, hogy a **vásárló hallgatását** a kereskedő nem tekintheti elfogadásnak,<sup>111</sup> illetve a kereskedő még a szerződés megkötése előtt, de legkésőbb annak megkötésekor írásbeli tájékoztatóval köteles ellátni a vásárlót.<sup>112</sup>

A Ptk. és más jogszabályi előírások alapján bizonyos szerződések érvényességéhez szükséges, hogy azt alakszerűen, **írásba foglalással** hozzák létre, a polgári jog diszpozitivitásából adódóan pedig a felek is megállapodhatnak abban, hogy nyilatkozataikat alakszerűséghez kötik.<sup>113</sup> Az írásbeli forma azért előnyös, mert csökkenti a félreértések lehetőségét, egyszerűsíti a bizonyítást. A Ptk. azon szerződések közül, melyek a csomagküldő kereskedelemben is előfordulhatnak, az adásvétel egyes speciális eseteit<sup>114</sup>, illetve a mezőgazdasági termékértékesítési szerződést köti írásbeli alakhoz.

### ***Általános szerződési feltételek (ÁSZF)***

Az általános szerződési feltételek, vagy más néven szabvány-, illetve blankettaszerződések viszonylag új szerződési formának tekinthetőek, hiszen azt azok a nagyvállalatok dolgozták ki, amelyek a sorozatgyártásra és tömeges forgalmazásra rendezkedtek be.<sup>115</sup> Ezek **speciális szerződéskeletkezési módot** testesítenek meg<sup>116</sup>, hiszen nem a hagyományos értelemben vett ajánlat-elfogadási nyilatkozatokat teszik meg a felek, hanem a vásárló elfogadja az általános szerződési feltételeket, melyet a kereskedő előre, egyoldalúan határozott meg több szerződés megkötése céljából, és amelynek kialakításában a másik fél, a vásárló nem vesz részt, nem tárgyalják meg azt egyedileg.<sup>117</sup> Az ÁSZF-kénti minősítés szempontjából irreleváns, hogy milyen terjedelmű, formájú, vagy milyen

módon rögzítették, ahogy az is közömbös, hogy valamely okiratba szerkesztették, vagy attól elválasztva jelenik meg.<sup>118</sup>

A csomagküldő kereskedelemben is igen gyakori a sablon-szerződések alkalmazása, mellyel kapcsolatban számos probléma merülhet fel, és sokszor elő is fordul. Bár az ÁSZF csak **akkor válik a szerződés részévé**, ha a kereskedő lehetővé teszi, hogy a vásárló annak tartalmát megismerhesse, és a vásárló azt akár kifejezetten, akár hallgatólágonosan el is fogadja,<sup>119</sup> a terjedelmes feltételeket a vásárló gyakran nem olvassa el, ráadásul általában elkülönítve jelenik meg az ajánlat többi részétől<sup>120</sup>, és a kereskedő nem is hívja fel rá kellőképpen a figyelmet.<sup>121</sup>

### *Szerződés érvényessége*

A szerződés érvényessége a szerződés megkötésének időpont-jához fűződik. Amennyiben akkor a törvényben meghatározott ok alapján nem alkalmas a kívánt joghatás elérésére, a szerződés érvénytelen.<sup>122</sup> A csomagküldő kereskedelem esetén elsősorban a fogyasztói szerződésekkel kapcsolatban felmerülő érvénytelenségi okok okoznak problémát a gyakorlatban. A megtámadhatósági okok közül a **feltűnően nagy értékaránytalanság** esetkörét érdemes kiemelni, tekintettel arra, hogy ennek vannak speciális vonatkozásai a csomagküldő kereskedelemben.

A csomagküldő kereskedelemben a **szerződések visszterhesek**, szolgáltatás fejében ellenszolgáltatás jár, nem következik, nem következhet ugyanis a szerződésből, vagy a körülményekből, hogy ingyenes szerződést kívánna kötni a kereskedő a vásárlóval. Legfeljebb a megvásárolt termék mellé csatolt, vásárlást ösztönző ajándékok tekintetében lehet a szerződés ingyenes, de ilyenkor sem a teljes szerződés térítésmentességéről van szó.

Ha a kereskedő a termék fejében **túlzott ellenértéket** követel a vásárlótól, vagyis a szerződéskötés időpontjában feltűnő az értékkülönbség a termék valódi értéke, és a vásárlótól követelt ellenérték között, a vásárló megtámadhatja a szerződést.<sup>123</sup> A kereskedő gyakran ÁSZF-ben határozza meg az ilyen ellenértéket, de ez esetben nem a tisztességtelen általános szerződési feltételekre vonatkozó rendelkezéseket, hanem a feltűnő értékaránytalanságra irányadó szabályokat kell alkalmazni.<sup>124</sup>

A kirívóan nagy értékaránytalanság megállapítása azonban igen problematikus lehet a **gyakorlatban**, hiszen a forgalomban és azon belül a csomagküldő kereskedelemben is egyre több olyan ügylet van, melyben az áruk ára szélsőségek között ingadozik. Minden esetben figyelemmel kell lenni a „kereslet és kínálat alakulására, az értékek ettől függő változásaira, a szerződő felek bármelyikének esetleges külön igényére, fokozott érdekeltségére a szerződés létrejöttében”<sup>125</sup>, de nem tekinthetünk el a szolgáltatás minőségétől, korszerűségétől, divatosságától, vagy az értékesítés feltételeitől.<sup>126</sup>

Az azonban már **joggal való visszaélésnek**<sup>127</sup> minősül, ha a megtámadási jogot a vásárló a megbánt szerződésből való szabadulásra kívánja felhasználni, a forgalom biztonsága ugyanis megköveteli a körültekintő, megfontolt nyilatkozattételeket is.<sup>128</sup>

Amennyiben a feltűnő értékaránytalansághoz a szerződő fél helyzetének kihasználása is hozzájárul, e két feltétel együttes megvalósulásával a kontraktus **uzsorás szerződésnek** minősül, így az semmis.<sup>129</sup> A csomagküldő kereskedelemben álláspontom szerint gyakran előfordul, de legalábbis előfordulhat a vásárló helyzetének kihasználása, hiszen sokan azért veszik igénybe az áruhoz jutás ezen módját, mert helyzetük nem teszi lehetővé a „hagyományos” vásárlást. Számos termékhez nem (például a teleshopok kínálatához), vagy csak jelentős nehézségek árán (például a kizárólag külföldön értékesített áruk esetén) lehet hozzájutni más úton, illetve a vásárlók meghatározott köre (például idős emberek) nem tud más kereskedelmi formát igénybe venni. A csomagküldő kereskedő ebből a helyzetből eredő előnyét, illetve a vásárló hátrányát kihasználhatja, és kiköthet feltűnően aránytalan ellenszolgáltatást.

### **Szerződési szabadság**

A csomagküldő kereskedelem egyik sajátossága és előnye a kényelem. Ez a kényelem elsősorban abban testesül meg, hogy otthonunk elhagyása nélkül is vásárolhatunk. A szerződéskötés szabadságának elve így látszólag nemcsak korlátoktól mentes, de a szerződés megkötése, a kívánt dologhoz való hozzáférés lehetősége számtalan formában elérhetővé válik.

A fogyasztó szempontjából érvényesül a **szabad partnerválasztás**, hiszen megvásárolhatja a kiválasztott terméket bármely

üzlethelyiségében, de akár csomagküldő szolgáltató útján is, nincs ugyanis olyan jogszabály, mely kötelezővé tenné valamely termék csomagküldő szolgáltatás útján történő megvásárlását.

A szerződés **tartalmának szabad** kialakítása kérdésében osztom a jogirodalomban kialakult azon álláspontot<sup>130</sup>, mely szerint az általános szerződési feltételek akadályozó tényezőnek tekinthetők, mivel ezek alkalmazása esetén a vásárló nem működik közre a tartalom kialakításában, és vagy elfogadja a kereskedő által kidolgozott feltételrendszert, vagy nem köt szerződést – módosításra nincs lehetősége, angol terminológiát használva a „szerződéskötés lehetősége *take-it-or-leave-it* lehetőségére korlátozódik”.<sup>131</sup>

Korlátozott továbbá álláspontom szerint a **szerződés tárgya** megválasztásának lehetősége is, mivel csomagküldő kereskedelem útján nem vásárolható akármilyen termék.<sup>132</sup>

### ***A szerződés alanyai***

A csomagküldő kereskedelem háttérjogszabályát jelentő távollevők közötti szerződéseket szabályozó rendelet alapján a szerződés alanyai egyik oldalon a gazdálkodó szervezet (illetve külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepe), a másik oldalon pedig a fogyasztó. A csomagküldő kereskedelmet meghatározó jogszabályok mindegyike kereskedőként és vásárlóként nevezi meg a szerződéses feleket.<sup>133</sup>

**Csomagküldő kereskedő**, aki kizárólag a termék ismertetőjét juttatja el a vásárlóhoz, vagy reklámban hívja fel a figyelmet az áruira, és maga szállítja az ez alapján kiválasztott árut a megjelölt címre, vagy mással szállíttatja.<sup>134</sup> Ezt a meghatározást tartalmazza mindhárom, csomagküldő kereskedelmet meghatározó jogszabály, azonban ez nem tekinthető megfelelően körülhatárolt fogalomnak.

Valamelyest közelebb visz az üzletek működését szabályozó rendelet, illetve a kereskedelmi törvény, amikor azt mondja, „kizárólag üzlettel és az üzlet profiljának megfelelő üzletkört tartalmazó működési engedéllyel rendelkező vállalkozás folytathat”<sup>135</sup> csomagküldő kereskedelmi tevékenységet.

A távollevők közötti szerződéseket szabályozó európai uniós irányelv nem határoz meg ilyen többlet követelményeket a csomagküldő kereskedők számára,<sup>136</sup> ezért sokan úgy értelmezik ezeket

az előfeltételeket, hogy azok fölöslegesek<sup>137</sup>, illetve az irányelvvel ellentétesek,<sup>138</sup> pedig annak minimumzáradékában világosan szerepel, hogy a tagállamok az irányelvvel összhangban szigorúbb kritériumokat is meghatározhatnak a fogyasztók magasabb szintű védelme érdekében.<sup>139</sup> Márpedig ezek a többletfeltételek véleményem szerint is egyértelműen azt a célt szolgálják, hogy a fogyasztók számára garanciát biztosítsanak a kereskedelmi tevékenység egyértelmű azonosíthatósága és a vállalkozások „utolérhetősége” érdekében.<sup>140</sup>

A kereskedelmi törvény szerint kereskedő, aki **kereskedelmi tevékenységet folytat**<sup>141</sup>, vagyis többek között kis-, illetve nagykereskedelmi tevékenységet, illetve kereskedelmi szolgáltatást nyújt, amelyekbe beletartozik a termékek és szolgáltatások gazdasági tevékenység körében történő értékesítése és házhoz szállítása is.<sup>142</sup> Álláspontom szerint a csomagküldő kereskedelem **kizárólag kiskereskedelmi tevékenység** lehet, mivel a termékek és kereskedelmi szolgáltatások értékesítése közvetlenül a vásárló részére történik.<sup>143</sup>

A csomagküldő kereskedelem fogalmát meghatározó jogszabályok vásárlóként határozzák meg a kereskedő melletti másik felet a szerződésben. Vásárló bárki lehet, aki **jogképességgel** rendelkezik (a fent részletezett cselekvőképességre vonatkozó szabályok figyelembevételével), ennek külön feltételét nem írja elő egy jogszabály sem. Mindössze a 18. életév alatti kor lehet bizonyos termékek, így alkohol tartalmú italok, vagy dohánytermékek esetén akadálya a vásárlásnak. A vásárló tehát lehet magánszemély, vagy egy másik gazdálkodó, vagy akár nonprofit szervezet is, a jogszabályok pedig elsősorban a fogyasztók esetén tartalmazznak olyan rendelkezéseket, melyek speciális védelmet jelentenek számukra.

A **fogyasztó meghatározására** nincs egységesen elfogadott definíció, holott az kifejezetten a fogyasztók és gazdálkodó szervezetek közötti szerződéseket rendezi, így a rendelet indoklása szerint a fogyasztó fogalmát a meglevő jogszabályokkal összhangban kell értelmezni. Egyetértek Fazekas Judittal abban, hogy célszerű lett volna legalább arra utalni a rendeletben, hogy mögöttes jogszabályként melyik törvény rendelkezései alkalmazandóak.<sup>144</sup>

A jogterületre kiterjedő különös norma a **fogyasztóvédelmi törvény**, így annak meghatározását kell véleményem szerint alkal-



mazni<sup>145</sup> a csomagküldő kereskedelem során. Eszerint „fogyasztó az a személy, aki – gazdasági vagy szakmai tevékenység körén kívül – árut vesz, rendel, kap, használ, illetve, akinek a részére a szolgáltatást végzik, továbbá, aki az áruval vagy szolgáltatással kapcsolatos tájékoztatás vagy ajánlat címzettje”<sup>146</sup>, mely fogalmat az Európai Bizottság fogyasztóvédelmi jellegű jogszabályaival összhangban határozta meg a törvény.<sup>147</sup>

Ugyan hagyományos megközelítésben a fogyasztó fogalma kizárólag a **természetes személyeket** foglalja magában<sup>148</sup>, ahogy a 97/7/EK irányelv is a természetes személyeket tekinti fogyasztónak távollevők közötti szerződések esetén,<sup>149</sup> a törvényi fogalomból nem következik, hogy a fogyasztó kritériuma az is, hogy természetes személy legyen, lehet az gazdálkodó, vagy nonprofit szervezet is, amennyiben gazdasági tevékenységi körén kívül jár el.<sup>150</sup> A jogalkotó azon döntését, hogy a fogyasztók körét nem szorította természetes személyekre, az is indokolhatta, hogy a szervezetek esetében is „felmerül az egyensúlytalanságból eredően szükséges védelem kiterjesztésének indoka, különösen a piaci monopolhelyzetek kapcsán.”<sup>151</sup>

Az **Európai Bíróság** elé ugyan viszonylag kevés fogyasztóvédelemmel kapcsolatos ügy kerül, de eddigi ítélkezési gyakorlata alapján kialakított egy olyan fogyasztói mintatípust, az *ésszerűen gondolkodó*, vagy más kifejezéssel az *értelmes fogyasztó*<sup>152</sup> típusát, mellyel az egyes esetekben vizsgálható, hogy megvalósul-e a fogyasztói érdeksérelem.<sup>153</sup> Ezzel elkerülhető az indokolatlan védelem, vagyis a fogyasztó figyelmetlensége, hanyagsága esetén már nem védhető, ugyanakkor csak a megfelelően informált fogyasztó tud ésszerű döntéseket hozni, tehát megfelelő tájékoztatási kötelezettség terheli a gazdálkodó szervezeteket.<sup>154</sup>

A fogyasztói minőséget tehát nem lehet általánosan, minden jogügyletre kiterjesztően alkalmazni, minden esetben a szerződés tárgyát, tartalmát is vizsgálni kell.<sup>155</sup>

### **A szerződés tárgya**

A csomagküldő kereskedelmi szerződés közvetlen tárgya az áru értékesítése, mely *dare*, és annak szállítása, mely *facere* típusú szolgáltatás,<sup>156</sup> mégpedig úgy, hogy a kereskedővel szemben egyidejű

kötelezettségként áll fenn mindkét típusú szolgáltatás teljesítése. Álláspontom szerint az áru megadott címre történő szállítása nem mellék-, vagy járulékos szolgáltatásnak minősül, ugyanis a csomagküldő kereskedelem fogalmából következően ez ugyanúgy főszolgáltatása a szerződésnek, mint az áru értékesítése. A vásárló által teljesítendő ellenszolgáltatás pedig kizárólag pénzszolgáltatás (*dare* típusú).

A szerződés közvetett tárgya az áru, melyet a vásárló a kereskedő reklámja, vagy ismertetője alapján választott ki, illetve annak a vásárló által megadott címre történő szállítása.

Az egyes jogszabályi rendelkezések alapján azonban **nem minden termék értékesíthető** csomagküldő kereskedelem útján, mely korlátozások elsősorban az egészség és biztonság védelmét szolgálják. A növényvédő szereket,<sup>157</sup> pirotechnikai terméket<sup>158</sup> és a közbiztonságra különösen veszélyes eszközöket<sup>159</sup> – szűk körű kivételtől eltekintve – például tilos csomagküldő kereskedelem útján értékesíteni.

Egyes termékeket csak megszorításokkal, **szigorúbb feltételek mellett** árusíthatja és szállíthatja a csomagküldő kereskedő. Így például kizárólag olyan közfogyasztásra szánt élelmiszereket értékesíthet, amelyet engedélyezett élelmiszer-előállító helyen készítettek és csomagoltak, valamint amely hűtés nélkül is tartósan tárolható,<sup>160</sup> gyógynövényeket pedig<sup>161</sup> csak előre szigorú követelményeknek megfelelő csomagolásban árusíthat.<sup>162</sup>

Más termékekre jogszabályi korlátozás, vagy rendelkezés nincsen jelenleg, így azok csomagküldő kereskedelem útján is értékesíthetők, mint például akár nemesfém ékszer, vagy díszműáru.<sup>163</sup>

### ***A szerződés tartalma***

A szerződési szabadság elvéből következően a felek széleskörű akaratautonómiája érvényesül, így olyan tartalommal kötnek szerződést, amilyennel akarnak. Ennek két korlátja van csupán: az érvénytelenségi okok köre, valamint a jogszabályok azon imperatív rendelkezései, melyek a szerződés kötelező tartalmi elemeit jelentik akkor is, ha a felek másként állapodnak meg. A polgári jog rendszerétől ugyan idegen a szerződésekbe történő jogszabályi beavatkozás, de az ilyen jellegű intézmények a felek között ténylege-

sen fennálló gazdasági különbségek kiküszöbölését szolgálják, és a gyengébb fél érdekében avatkoznak be a felek közötti jogviszonyba.<sup>164</sup> A csomagküldő kereskedelemben akkor beszélhetünk ilyen imperatív rendelkezésekről, ha a vásárló fogyasztónak minősül, ekkor garanciális szabályokat a távollevők közötti szerződéseket szabályozó kormányrendelet tartalmaz a fogyasztó védelmében.

A kereskedő még a szerződés megkötése előtt kellő időben, egyértelműen, közérthetően és pontosan, az alkalmazott távközlési eszköznek megfelelő módon köteles **tájékoztatni a fogyasztót**. Az irányelv szerint az is követelmény, hogy annak során a jóhiszeműség követelményével összhangban kell eljárni, illetve figyelembe kell venni az egyértelműségeen túl azon személyek megfelelő védelmét is, akik nem rendelkeznek teljes cselekvőképességgel.<sup>165</sup> A kormányrendelet nem tartalmazza ugyan ezeket a kikötéseket, de álláspontom szerint, mivel a polgári jog, elsősorban a Ptk. szabályai – melyek háttérnormái a csomagküldő kereskedelemnek – magukban foglalják ezen elveket, azt nem is szükséges külön jogszabályba foglalni, érvényesülésük biztosított.

A tájékoztatónak mindenképpen **tartalmaznia kell** olyan kereskedelmi célú információkat, mint a kereskedő adatai, elérhetősége<sup>166</sup>, a szerződéskötés jelentős körülményei<sup>167</sup>, a szerződés tárgyával kapcsolatos feltételek<sup>168</sup>, illetve a vásárló elállási joga.<sup>169</sup> A távközlő eszköznek megfelelő tájékoztatási mód egy speciális esetét, a **telefonon** tett ajánlatokat emeli ki külön a rendelet, annak – fentebb részletezett – speciális volta, a meglepetésszerűség és az azonnali reagálási lehetőség miatt. Ilyen esetben már a beszélgetés kezdetén a kereskedő köteles közölni azonosító adatait (cégnevét, székhelyét és telefonszámát), valamint kifejezetten fel kell hívnia a fogyasztó figyelmét szerződéskötésre irányuló szándékára.<sup>170</sup> A **tájékoztató alakiságát** egyébként a rendelet nem szabályozza, ahogy annak **nyelvét** sem. Egyetértek Fazekas Judit azon álláspontjával, miszerint a fogyasztó hatékony védelmében a rendeletnek elő kellene írnia, hogy a tájékoztatási kötelezettségnek magyar (illetve a vásárló anyanyelvén), vagy a felek által meghatározott más nyelven kell eleget tenni a kereskedő.<sup>171</sup>

Szintén a szerződés megkötése előtt, kellő időben, de legkésőbb a megállapodás megkötésekor köteles **írásbeli tájékoztatóval**, egy

a korábbi (szóbeli) tájékoztatást megerősítő dokumentummal ellátni a fogyasztót. Ennek funkciója, hogy egyrészt megerősíti, másrészt ki is egészíti az előzetes tájékoztatást, így a fogyasztó tisztában lehet a szerződéskötés körülményeivel és az őt megillető jogokkal. A dokumentum tartalmazza a megelőző tájékoztatásban foglalt információk nagy részét<sup>172</sup>, azon felül pedig a fogyasztót megillető elállási jog részletes szabályait (a gyakorlási feltételeit, módját, valamint következményeit), a kereskedő azon címét, ahol a fogyasztó érvényesítheti kifogásait, valamint a szavatosság, jótállás és a teljesítést követően igénybe vehető kiegészítő szolgáltatás feltételeit, továbbá – határozatlan időre szóló, vagy egy évet meghaladó szerződés esetén – a szerződés megszüntetési lehetőségeit.<sup>173</sup>

Vita esetén a **bizonyítási teher** a kereskedőt terheli, vagyis ő köteles bizonyítani, hogy a tájékoztatási kötelezettségének eleget tett, ahogy azt is, hogy az automata hívókészülék, telefax alkalmazásához a vásárló kifejezett hozzájárulását beszerezte, a meghatározott határidőket pedig betartotta.<sup>174</sup>

A kereskedő a vásárló által kiválasztott árut köteles az általa megadott címre szállítani, a megállapodás szerinti időben, illetve ha nem határoztak meg teljesítési határidőt, a fogyasztótól kapott felhívítás kézhezvételétől, vagyis a megrendelés eljuttatásától számított 30 napon belül.<sup>175</sup>

A csomagküldő kereskedelem esetén fokozottan terheli együttműködési kötelezettség a feleket – különösen a kereskedőt, mely elsősorban a **vásárló informálásában** nyilvánul meg. Az együttműködést megfelelő körültekintéssel, gondossággal és az adott helyzetben általában elvárható magatartással kell tanúsítani.<sup>176</sup>

Az árurol írásbeli, magyar nyelvű **használati-kezelési útmutatót és minőségtanúsítást** köteles teljesítéskor (de e nélkül forgalomba sem hozható a termék) a vásárló rendelkezésére bocsátani – előbbi a termék rendeltetésszerű használatához, kezeléséhez szükséges ismereteket tartalmazza, utóbbi pedig a lényeges tulajdonságairól, főbb jellemzőiről, és a gyártóról (importálóról) tartalmaz információkat.<sup>177</sup>

A teljesítéssel kapcsolatban a kereskedő például köteles a szállítás időpontját, illetve a címzett címét **egyeztetni** a vásárlóval.<sup>178</sup> Amennyiben a szerződésben meghatározott áru nem áll ren-

delkezésére, így nem tud teljesíteni, erről a körülményről haladéktalanul,<sup>179</sup> ha pedig a szerződésben meghatározott helyettesítő áruval teljesít, egyértelműen és pontosan köteles tájékoztatni a fogyasztót (ekkor elállási jogáról is).<sup>180</sup>

A kereskedő **két esetben** köteles haladéktalanul – legfeljebb 30 nap alatt – visszafizetni a fogyasztó által kifizetett összeget. Az egyik ok, ha a vásárló él elállási jogával<sup>181</sup>, a másik pedig, ha a kereskedő nem tud teljesíteni, ám ez utóbbi esetben sem a fent említett tájékoztatási, sem a visszatérítési kötelezettség nem mentesíti a kereskedőt a szerződésszegés egyéb következményei alól.<sup>182</sup>

Amennyiben a kereskedő **helyettesítő áruval** teljesít, a vásárló élhet elállási jogával, ekkor a kiszállított árut vissza kell szolgáltatnia a kereskedőnek. A visszajuttatás költségeit ilyen esetben azonban nem a fogyasztó, hanem a kereskedő köteles viselni.<sup>183</sup>

A visszerhesség elvéből következően, amennyiben a kereskedő szerződésszerűen teljesít, igényt tarthat az **áru ellenértékére**, valamint az egyéb, előre meghatározott költségekre, mint például a távközlő eszköz igénybevételével kapcsolatos, vagy a szállítással, esetleg csomagolással felmerülő kiadásokra. Itt szükséges megjegyezni, hogy a Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség álláspontja szerint (és szerintem) sem jogszerű, ha a kereskedő **csomagolási költséget** számít fel, hiszen az üzletek működéséről szóló rendelet szerint a kereskedő külön költség felszámítása nélkül köteles a megvásárolt árut jellegének megfelelő módon becsomagolni.<sup>184</sup> A csomagolási költség felszámítása csak három, konjunktív feltétel fennállása esetén lehet jogszerű: ha azt a kereskedő beépíti a szállítási költségbe, melyet úgy alakít ki, hogy legalább azonos jellegű csomagolást igénylő termékcsoportok esetén egységes legyen, és erről a vásárlónak megfelelő tájékoztatást nyújt a katalógusban, illetve felhívásban.

A kereskedő **nem követelhet** azonban azon áruért ellenszolgáltatást, melyet a vásárló meg sem rendelt, és ahogy azt már fentebb kifejtettem, a csomagküldő kereskedelem esetén a hallgatás beleegyezés elv sem alkalmazható.<sup>185</sup>

Amennyiben a fogyasztó él elállási jogával, a kereskedő jogosult az árut **visszakapni**, melynek költségei a vásárlót terhelik, egy kivétellel, nevezetesen, ha a kereskedő helyettesítő áruval teljesít.<sup>186</sup>

A vásárlót a kereskedő kötelezettségeinek „fordítottjaként” megilleti a tájékoztatáshoz, teljesítéshez, illetve a helyettesítő áru visszaszolgáltatási költségeinek megtérítéséhez való jog.<sup>187</sup> A fogyasztó legjelentősebb jogosultsága az elállási jog, mely lehet objektív, vagy más elnevezéssel feltétlen („cooling-off-period”), illetve szubjektív, azaz a kereskedő szerződésszegéséhez kapcsolódó jogosultság.<sup>188</sup>

A **feltétlen elállási jog** a csomagküldő kereskedelmi szerződés legfontosabb kötelmi biztosítéka, mely arra ösztönzi a kereskedőt, hogy a fogyasztót mindenre kiterjedő tájékoztatással lássa el, és a vásárló személyes jelenlétének hiányát ne annak megtévesztésére használja ki.<sup>189</sup> A vásárló az áru átvételétől, tehát a teljesítéstől számított 8 munkanapon belül elállhat a szerződéstől,<sup>190</sup> mely lehet pusztán abból az okból is, hogy a vásárlónak nem tetszik a termék, de nem kell ezt megindokolnia. A **szubjektív elállás** a kereskedő szerződésszegéséhez kapcsolódó, úgynevezett szankciós elállást jelent<sup>191</sup>, ugyanis amennyiben a kereskedő nem teljesíti tájékoztatási kötelezettségét, a vásárló az áru átvételének napjától számított jóval hosszabb időn, 3 hónapon belül gyakorolhatja e jogát. Ha azonban a kereskedő ezen 3 hónapon belül pótlólag eleget tesz tájékoztatási kötelezettségének, a teljesítés szerződésszerűvé válik, és a fogyasztót már csak az objektív elállási jog illeti meg, e tájékoztató kézhezvételétől számított 8 munkanapon belül.<sup>192</sup>

Az elállás egyoldalú, *ex tunc*, vagyis visszaható hatályú **megszüntése** a szerződésnek, melynek következménye a szerződés megkötése előtti állapot helyreállítása,<sup>193</sup> tehát a vásárló köteles az árut visszaszolgáltatni, és viselni az ezzel kapcsolatban felmerült költségeket (ez alól egy kivétel van, a fent említett helyettesítő áru visszaküldésével kapcsolatos költségviselés, mely a kereskedőt terheli). A fogyasztót egyéb költség nem terheli, de a kereskedő követelheti az áru nem rendeltetésszerű használata miatt keletkezett károk megtérítését.<sup>194</sup>

A felek ugyan megállapodhatnak az ellenkezőjében, de ennek hiányában a fogyasztó **nem élhet elállási jogával** a rendeletben meghatározott esetekben. Így akkor, ha a termék ára a pénzügyi ingadozásaitól függ és azt a kereskedő nem befolyásolhatja, vagy azt kifejezetten a vásárló kérésére, utasításai alapján állították elő,

személyéhez kötődő (például egy rászabott ruhadarab), esetleg gyorsan romló (például élelmiszer), vagy egyébként természeténél fogva nem szolgáltatható vissza. Szerzői jogvédelmi indokok alapján a hang-, illetve képfelvételt, valamint számítógépes szoftvert sem lehet visszaküldeni, ha annak csomagolását a fogyasztó már felbontotta, hiszen ezzel azok átmásolása is lehetővé válik. A hírlap, folyóirat, időszaki lap kiszállítása esetén sem lehet a szerződéstől elállni, ahogy a szerencsejáték-szerződéstől sem (például sorsjegyek árusítása csomagküldő kereskedelemben), hiszen a lapok tartalma, illetve a nyerési esély megismerhetővé válik már a kézhezvétel után.

Az elállási jog nem csak a fogyasztó számára jelent **kiemelkedő biztosítékot**, de a tisztességes kereskedelmi gyakorlat kialakulásának is fontos alapköve, hiszen a kereskedőnek sem érdeke, hogy üzletmenetét bizonytalanná tegyék a sorozatos elállások, ezért mindent megtesz ennek elkerülése érdekében. Arra is akad azonban példa, hogy a ravaszabb vásárlók rosszhiszeműen gyakorolják elállási jogukat, így gyengítve a forgalom biztonságát. Ilyen esetben azonban joggal való visszaélésről beszélhetünk, hiszen az illetékelen előny szerzését eredményezi, mely a polgári jog alapelveivel ellentétes<sup>195</sup>, a kereskedő ilyenkor kérheti ennek megállapítását.<sup>196</sup>

A rendelet nem tartalmazza ugyan, de az irányelv rendelkezik arról, hogy elállás esetén a kereskedő legkésőbb 30 napon belül köteles **visszatéríteni** a fogyasztó által kifizetett vételárat és egyéb költségeket.<sup>197</sup> Egyetértek Fazekas Judit azon álláspontjával, mely szerint az elállást könnyítené és a költségeket is csökkentené, ha a kereskedő nem követelhetné a vásárlótól az elállási jog gyakorlására nyitva álló határidőn belül az ellenszolgáltatást<sup>198</sup>, ennek rendeletbe ültetésével a visszafizetésre nyitva álló határidőt nem lenne szükséges szabályozni.

Nem értek egyet viszont azzal, hogy a fogyasztó **elállási jogának gyakorlási módját** is szabályozni kellene,<sup>199</sup> az ugyanis már jelentős korlátozást jelentene a vásárló számára, ezért véleményem szerint az elállási nyilatkozat ugyanazon módon tehető meg, ahogyan a szerződési nyilatkozat: írásban (ez természetesen biztonságosabb a vásárló számára, elsősorban a bizonyíthatóság miatt), szóban, vagy ráutaló magatartással, vagyis a termék visszaküldésével.

Szükségesnek tartanám ellenben a termék visszaküldésére a vásárló számára **nyitva álló határidő** rendeletben történő rögzítését – a forgalom biztonsága érdekében –, mely álláspontom szerint 30 napban állapítandó meg, hiszen a kereskedő számára is ilyen tartamú határidő áll rendelkezésre a teljesítésre, és ez elegendő, ugyanakkor nem túlságosan hosszú időtartam a visszaküldésre is.

A vásárlót is terheli természetesen a **teljesítés** kötelezettsége, vagyis a szerződésben megállapított ellenszolgáltatás, ellenérték megfizetése, amennyiben a kereskedő szerződésszerűen teljesít, és természetesen azon áru tekintetében, melyet a vásárló valóban megrendelt.

**Együttműködési kötelezettség** a szerződés megkötésének egésze, illerve a teljesítéssel kapcsolatban is felmerül, ilyen lehet például a kereskedőnek adott tájékoztatás a fizetés módjáról, vagy a címről, illetve a teljesítési időpont egyeztetése.

**Költségtérítési és visszaküldési kötelezettsége** van, amennyiben él a jogszabály által biztosított elállási jogával, illetve **kártérítés** megfizetése is terheli a vásárlót a termék nem rendeltetésszerű használatából eredő károkért, szintén elállási jogának gyakorlása, és a termék visszaküldése esetén.<sup>200</sup>

### ***A szerződés teljesítése***

A szerződésszerű teljesítés joghatása a szerződés megszűnése, a szerződés ezzel tölti be rendeltetését. Hatályos polgári jogunk a reális teljesítés elvét tartalmazza, vagyis azt, hogy a szerződéses érdek tényleges kielégítésre kerüljön,<sup>201</sup> eszerint „a szerződéseket tartalmuknak megfelelően, a megszabott helyen és időben, a megállapított mennyiség, minőség és választék szerint kell teljesíteni.”<sup>202</sup>

#### ***A teljesítés helye, ideje***

Csomagküldő kereskedelem esetén a szerződés **teljesítésének helye** a jogosult által megadott cím, többnyire saját lakóhelye, ahova a kereskedő köteles elszállítani a megrendelt árut. A vásárló által fizetendő ellenszolgáltatás teljesítési helyéről nincs külön rendelkezés, így azt a Ptk-ban meghatározottak szerint a kötelezett, vagyis a vásárló lakóhelyén kell teljesíteni<sup>203</sup>, vagy a felek általi



megállapodás szerint alakul, de elsősorban a felek által meghatározott fizetés módjához kapcsolódik.

A **teljesítés idejéről** rendelkezik a távollevők közötti szerződéseket szabályozó rendelet, miszerint a kereskedő a vásárló megrendelésének kézhezvételétől számított 30 napon belül köteles a megrendelt árut szállítani.<sup>204</sup>

### *A teljesítés módja*

A csomagküldő kereskedelmet meghatározó jogszabályok mindegyike előírja, hogy a kereskedő köteles a vásárló által megrendelt árut a vásárló által megadott címre szállítani, vagy szállíttatni. Nem köteles tehát saját maga, saját eszközével eljuttatni a terméket a vásárlóhoz, de mindenképpen a kereskedő köteles gondoskodni a szállításról. Ennek érdekében állhat harmadik személlyel tartós, vagy akár egyszeri szerződéses viszonyban, és fuvarozóval, vagy megbízottjával, esetleg vállalkozóval szállíttathatja el a terméket.

A vásárló által teljesítendő ellenszolgáltatás minden esetben pénzszolgáltatás, melynek megfizetésére több lehetőség létezik, ezek közül a felek választják ki a számukra legmegfelelőbbet. A legelterjedtebb fizetési forma az utánvétel, ezt követi a csekkes, a bankkártyás és az átutalásos.<sup>205</sup>

Az **utánvétel** népszerűségének titka, hogy ez a legrégebbi és talán a legegyszerűbb módja a fizetésnek, a **csekkel** történő fizetés pedig álláspontom szerint a fogyasztó számára a legbiztonságosabb, mivel általában a szállított termékkel együtt kapja meg a csekket, így az áru megvizsgálását követően kell csak megfizesse az ellenértéket.

A **bankkártyával**, illetve **átutalással** történő fizetés legegyszerűbb módja a teljesítésnek, de a kereskedők talán még mindig jobban félnek ettől a formától, mint a vásárlók. Ennek oka, hogy a hazai szabályozás szerint amennyiben a tranzakció közben károsul a vásárló, azt a kereskedő köteles megtéríteni, amit nem szívesen kockáztat, ezért általában összehatárt szab, ha egyáltalán lehetővé teszi a fizetés e módját.<sup>206</sup>

**Összességében** elmondható, hogy minden esetben célszerű a teljesítés utáni fizetés választása – amennyiben erre mód van –, hiszen ilyenkor a termék ellenőrzését követően kell csak teljesítenie a vásárlónak.

Az áru ellenértékét, illetve a szolgáltatás díját (ilyen lehet a távközlő eszköz használatának díja, szállítási, vagy csomagolási költség) a vevő fedezheti részben, vagy egészben fogyasztási kölcsönből is. **Kérdéses** lehet ilyenkor, hogy amennyiben a fogyasztó gyakorolja elállási jogát, a kölcsönszerződés, mely így feleslegessé válik, továbbra is kötelezi e. Az elállási jog gyakorlása elől elgördíti ezt az akadályt is a távollevők közötti szerződéseket rendező rendelet, amennyiben a vásárló fogyasztónak minősül, ugyanis az elállási jog gyakorlása a fogyasztási kölcsönszerződést is megszünteti.<sup>207</sup>

A fogyasztási kölcsönt **nyújthatja** a kereskedő, vagy pénzügyi intézmény, utóbbi abban az esetben, ha a kölcsönszerződés az intézmény és a kereskedő előzetes megállapodásán alapul.<sup>208</sup> **Elállás esetén** a fogyasztótól nem követelhető sem kamat, vagy költség, sem pedig a felbontásból eredő kár megtérítése. Abban az egy esetben követelheti a kereskedő, illetve a pénzügyi intézmény a kölcsönszerződés megkötéséből eredő kárának megtérítését, ha ezt abban a kár elemeinek és összecszerűségének meghatározásával kifejezetten kikötötték, és a kereskedő eleget tett tájékoztatási kötelezettségének. Amennyiben a kölcsönt pénzügyi intézmény nyújtja, a kereskedő köteles azt értesíteni az elállásról, hiszen a kereskedő áll közvetlen szerződéses kapcsolatban a fogyasztóval.<sup>209</sup>

Amennyiben a kölcsönszerződést **nem fogyasztónak** minősülő vásárló köti, ilyen probléma jórészt fel sem merül, mivel csak a fogyasztót illeti meg a feltétlen elállási jog, ám amennyiben nem objektív elállási jogról beszélünk, álláspontom szerint a vásárló köteles a kölcsönszerződést teljesíteni.

### ***Szerződésszegés és a szerződés megszűnése***

Az általános, Ptk-ban szereplő szerződésszegési okokból kiemelkedik csomagküldő kereskedelem esetén a **vásárló részéről** az ellenszolgáltatás teljesítésének elmulasztása, illetve az áru rendeltetésellenes használata. A szerződésszegés következménye, hogy a vásárló a kereskedő felé kártérítési kötelezettséggel tartozik, továbbá felelősséggel tartozik abban az esetben is, ha elállási jogával visszaél.

A **kereskedő részéről** az együttműködési, főként a tájékoztatási kötelezettség megszegése merül fel, melynek következménye a fent

részletezett elállási jog gyakorlása lehet, továbbá a késedelmes teljesítés, hiszen a távollevők közötti szerződéseket szabályozó rendelet kifejezetten előírja a 30 napon belüli teljesítés kötelezettségét, valamint az ellenszolgáltatás visszatérítési kötelezettségének megszégése, elállási jog gyakorlása esetén.

Csomagküldő kereskedelem esetén **speciális** szerződés-megszüntetési mód a fogyasztó egyoldalú nyilatkozata, az elállás, mely ex tunc hatállyal szünteti meg a szerződést (ennek részleteit a fentiekben fejtettem ki<sup>210</sup>).

## NEGYEDIK RÉSZ

### A CSOMAGKÜLDŐ KERESKEDELEMMEL KAPCSOLATBAN FELMERÜLŐ PROBLÉMÁK

#### *Fogyasztóvédelemmel kapcsolatban felmerülő problémák*

A piacgazdaság megerősítése során különös jelentőséggel bír a fogyasztók védelme, mely a közép-kelet-európai országokban többfeladatokat jár,<sup>211</sup> ezek pedig elsősorban az államra hárulnak: hatékony fogyasztóvédelmi jogszabályok megalkotása, fogyasztói öntudat és intézményrendszer kialakítása, működtetése. Magam is úgy látom, és egyetértek Fazekas Judittal abban, hogy jelenleg a **polgári jogi kodifikáció** feladata a fogyasztóvédelem és a polgári jog kapcsolódási pontjai összhangjának megteremtése, a fogyasztóvédelem modernizálása,<sup>212</sup> akkor is, ha annak diszpozitív rendelkezéseitől némileg idegen a kógens és részletező szabályozás. Megoldás lehet<sup>213</sup>, hogy a jogalkotó azokat a fogyasztóvédelmi rendelkezéseket építi be a készülő Ptk-ba, melyek valóban illeszkednek a magánjog rendszeréhez, mellőzve a túlzottan részletező szabályozást.

A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség 2004-2006-ig minden évben elkészítette a megelőző évről készült, csomagküldő kereskedőkről szóló **vizsgálati jelentését**, melynek során elsősorban a weboldalak jogszabálynak megfelelő működését ellenőrizte.

A 2004-es vizsgálat szerint a legkirívóbb problémák az **engedély nélküli működés** és a megfelelő tájékoztatás hiánya voltak.<sup>214</sup> A 2005-ös és 2006-os jelentések szerint pedig – bár 2006-ra javulás volt megfigyelhető – a kereskedők nem megfelelően,<sup>215</sup> vagy éppen egyáltalán **nem**<sup>216</sup> **tájékoztatják** a vásárlókat.

Amint azt már fentebb említettem, a fogyasztóvédelem és a csomagküldő kereskedelem szempontjából az egyik legnagyobb problémát a szerződések tisztességtelen kikötései jelentik. Az irányelv és az azt átültető Ptk. rendelkezései szerint **akkor tekinthető tisztességtelennnek** valamely szerződési kikötés, ha az nem a felek közötti alku eredménye, ellentétben áll a jóhiszeműség és tisztesség követelményével, és a szerződés alapján a feleket megillető jogok és

kötelezettségek a fogyasztó hátrányára jelentenek jelentős aránytalanságot,<sup>217</sup> melynek megállapításához természetesen vizsgálni kell a szerződés megkötésének körülményeit és a szolgáltatás természetét.

Az Európai Bíróság az **Oceano Grupo-ügyben**, korábbi gyakorlatából arra a megállapításra jutott, hogy a nemzeti bíróság saját hatáskörében vizsgálhatja, hogy az adott szerződés rendelkezései az „irányelv”<sup>218</sup> szellemében tisztességtelennek vagy megengedhetőnek tekinthetők-e,...valamint, hogy a nemzeti bíróság köteles figyelemmel lenni az irányelvre, méghozzá annak céljaira és nyelvtani értelmezésből fakadó értelmezésére is,<sup>219</sup> ráadásul hivatalból is jogosult vizsgálni a feltétel jogellenes, vagyis tisztességtelen voltát.<sup>220</sup>

Az irányelv melléklete tartalmaz egy úgynevezett „**feketelistát**”<sup>221</sup>, mely példálózva felsorol néhány olyan tipikus kikötést, mely tisztességtelennek minősül: ilyen többek között a felelősséget kizáró, vagy korlátozó rendelkezés, a fogyasztói jogokról való lemondás, vagy a fogyasztó igényérvényesítési lehetőségét kizáró klauzula.<sup>222</sup>

A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség szintén a 2006. évi jelentésében hívja fel a figyelmet arra az **újonnan felmerülő problémára**, mely szerint a csomagküldő kereskedelmi tevékenységet folytató külföldi székhelyű cégek nem nyújtanak megfelelő, mindenre kiterjedő tájékoztatást a vásárlóknak. Ilyen esetben pedig kiemelten szükséges lenne a széleskörű tájékozottságra, hiszen „amennyiben a teljesítés során, vagy az áruval kapcsolatban probléma merül fel, a szolgáltatás jellegéből adódóan, a fogyasztói jogok érvényesítésére valószínűleg nehezebben, hosszabb időt igénylően kerülhet csak sor.”<sup>223</sup> A külföldön bejegyzett cégek két csoportra oszthatóak: az EU tagállamában alapított, illetve a más honosságú társaságok. Előbbiek esetén az unió rendelkezéseit kell alkalmazni, míg utóbbi esetben a nemzetközi magánjog szabályait.

A **Miriale International**, svájci székhelyű csomagküldő kereskedelmi cég esetében például egy olyan magyarországi székhelyű gazdasági társaság adatai voltak feltüntetve az írásbeli tájékoztatóban, amely kizárólag postázási feladatokat látott el, és kizárólag a svájci céggel álltak szerződéses viszonyban, a vásárlókkal nem – ám erről a konstrukcióról a fogyasztókat nem tájékoztatták. Ilyen esetben a megoldás, hogy a szerződésre a magánjogi tvr.<sup>224</sup> szerint a

felek jogválasztásának hiányában annak az államnak a joga irányadó, amelyben a fogyasztó lakóhelye vagy szokásos tartózkodási helye van.

Szintén kirívó volt 2005-ben a **V. Orion Szolgáltató Kft.** esete, ahol egy magyar társaságnak kellett a megrendeléseket elküldeni, mely azonban nem rendelkezett az MKEH nyilvántartási számával, így a csomagküldő tevékenységet egy Csehországban nyilvántartásba vett cég folytatta. A reklamációkat a magyar cég intézte ugyan, de a cseh cég volt a jótállásra kötelezett, a vásárlók azonban ebben az esetben sem rendelkeztek erről megfelelő információkkal. Tekintettel arra, hogy Csehország szintén az EU tagállama, átültetésre került a távollévők között kötött szerződésekre vonatkozó irányelv, és mivel jogválasztás sem ronthatja le a fogyasztó szokásos tartózkodási helye szerinti jogot<sup>225</sup>, a megfelelő fogyasztóvédelmi szabályok érvényre jutása nem kerülhető ki.<sup>226</sup>

### ***Versenyjogi problémák***

A **versenyjog feladata** többek között, hogy elősegítse a fogyasztó tudatos, megalapozott és a számára lehető legnagyobb előnyt, jólétet eredményező döntéseinek meghozatalát, hiszen a gazdasági verseny biztosítja a több választási lehetőséget, és azt, hogy ezek közül a legmegfelelőbbet választhassa a fogyasztó. A verseny korlátozása nemcsak közvetlenül, de közvetett módon is veszteséget okozhat a fogyasztó számára. A versenyjog funkciója ezen hátrányos következmények kiküszöbölése, és a kereskedők tisztességes, verseny tisztaságát, szabadságát biztosító tevékenység folytatására való ösztönzése és kényszerítése.<sup>227</sup>

A **megtévesztés** célzatos tevékenységet feltételez, tudatos magatartást a másik fél részéről,<sup>228</sup> ennek révén a vásárlóban kialakult téves feltevés indítja őt a szerződés megkötésére.

A Tptv.<sup>229</sup> minden fogyasztói megtévesztést tilt, és nevesíti annak néhány esetét is, melyek elsősorban a szerződés tartalmára, vagyis az áru minőségére, illetve a szerződéskötés körülményeire vonatkoznak (így elsősorban az áruval, értékesítéssel, jogszabályi előírásokkal kapcsolatosan megtévesztő, félrevezető tájékoztatás nyújtása, illetve a különösen előnyös vásárlás látszatának keltése),<sup>230</sup> ezek ugyanis a

tipikus vásárlói megtévesztés formái. Ilyen esetben a szerződés nem csak megtámadható lesz, de a versenyjog szabályaiba is ütközik.<sup>231</sup>

A fogyasztó döntését elsősorban a kereskedők által nyújtott ismertető, katalógusok, reklámok és tájékoztatók befolyásolják, ezért **elsődleges követelmény** ezekkel szemben, hogy a valóságnak megfeleljenek, és pontosak legyenek. Ez úgy valósulhat meg, ha tartalmazza az áruval kapcsolatos minden lényeges információt<sup>232</sup>, ugyanakkor nem tartalmazhat olyan jellemzőket, melyek olyan hatást, vagy sajátosságot sugallnak, amellyel az áru nem rendelkezik, és nem kelthet olyan látszatot, hogy annak különleges tulajdonságai vannak.<sup>233</sup>

A tájékoztatás, reklám szavait természetesen nem lehet önállóan értelmezni, a teljes **szöveg összefüggését** kell figyelembe venni, és álláspontom szerint az értelmes, körültekintő fogyasztó szempontjából<sup>234</sup> lehet a megtévesztésre alkalmas értelmet megállapítani. A fogyasztó megtévesztésének jellemző megvalósítási módja a **felső-fokú jelzők** alkalmazása,<sup>235</sup> és ezzel különösen előnyös vásárlás látszatának keltése, mely gyakran előfordul a teleshop műsorokban, ajánlatokban, *„bíbetetlen ajánlat, csak a teleshopban”*, vagy a *„sztárok által használt”* kifejezések alkalmazásával, hiszen ez az egyik legjobb *„vevőcsalogató”*<sup>236</sup> módszer.<sup>237</sup>

Szintén használatos, és sokszor megtévesztésre alkalmas módszer az **akciók, kedvezmények és ajándékok nyújtása** vásárlás esetén. A gyakorlatban a legtöbb probléma abból ered, hogy az akcióként feltüntetett terméknek a valóságban nincs eredeti ára, tehát fiktív árhoz képest nyújt kedvezményt a kereskedő<sup>238</sup>, illetve a kedvezményt nem a meghirdetett feltételekkel<sup>239</sup>, vagy nem a meghirdetett időtartamig<sup>240</sup> biztosítja. A vásárláshoz kapcsolódó nyereményakciók lényeges tulajdonságainak a nyeremény tárgya, az akció időtartama és a nyerési esély tekinthető<sup>241</sup>, melyekről szintén gyakran nem kap megfelelő tájékoztatást a vásárló.<sup>242</sup>

A reklám minden esetben vásárlásra ösztönöz, tehát az önmagában alkalmas a termék iránti figyelem felkeltésére, a vásárlók tájékoztatására.<sup>244</sup> A reklámtörvény előírása, hogy **csak úgy szabad**

**reklámot közzétenni**, hogy annak reklámjellege felismerhető legyen, környezetétől pedig el lehessen különíteni.<sup>245</sup> Alapvető fogyasztóvédelmi követelmény az is, hogy a címzettnek lehetősége legyen a meg nem rendelt közleményt még a megnyitás (annak elolvasása) előtt eltávolítani.<sup>246</sup>



## BEFEJEZÉS

Dolgozatomban arra törekedtem, hogy átfogó képet adjak a csomagküldő kereskedelemről, a keretében megkötött szerződésekről, illetve annak alanyairól, ennek során pedig igyekeztem gyakorlati példákkal is megvilágítani a szerződéskötés körülményeit és a felmerülő problémákat. Azért is választottam ezt a témát, mert álláspontom szerint a jogirodalom indokolatlanul elhanyagolja tárgyalását, bár fontos lenne pontos ismerete, mivel igen elterjedt szerződéstípusról van szó.

Úgy vélem, a csomagküldő kereskedelmi szerződés beilleszthető a készülő Polgári Törvénykönyv kötelmei közé, hiszen elsősorban a szerződés megkötésének körülményei, a nyilatkozatok közvetítő eszköze jelenti az eltérést a már ismert, nevesített szerződésekhez képest. Ahhoz azonban, hogy valóban szerves részét képezhesse kötelmi jogunknak, és bizalommal alkalmazza minden vásárló és kereskedő, szükséges, hogy tisztában legyünk a szerződés minden elemével: alanyaival, tárgyával, tartalmával, azok pontos jelentésével, és a csomagküldő kereskedelmi szerződések alkalmazási körével, azzal kapcsolatos más jogterületek szabályozásával, és az igények érvényesítésének lehetőségeivel, melyekről remélem, széles körű, átfogó leírást és értékelést adtam dolgozatomban.

## IRODALOMJEGYZÉK

**Belovics-Molnár-Sinku:** Büntetőjog különös rész. HVG-Orac, Budapest, 2005.

**Giannantonio Benacchio:** Az Európai Közösség magánjoga. Polgári jog, Kereskedelmi jog. Osiris Kiadó, Budapest, 2003.

**Bíró György:** Kötelmi jog. Novotni Kiadó, Miskolc, 2004.

**Kajdiné Suhajda Zsuzsa:** Az Európai Közösségek fogyasztóvédelmi politikája, valamint az azzal összeegyeztethető magyar szabályozás és intézményrendszer. A Magyar Köztársaság Külügyminisztériuma, Budapest, 2000.

**Lukács Mónika, Sándor István, Szűcs Brigitta:** Új típusú szerződések és azok gyakorlata a gazdasági életben. HVG-Orac, Budapest, 2003.

**McKendrick, Ewan:** Contract Law. Macmillan, London, 1997.

**Papp Tekla:** Atipikus szerződések. Egyetemi jegyzet, Szeged, 2006.

**Zsuffa Ákos:** E-kereskedelem. Századvég Kiadó, Budapest, 2002.

**A magyar büntetőjog különös része.** Szerkesztette: Nagy Ferenc. Korona Kiadó, Budapest, 2005.

**Boytha Györgyné:** A fogyasztói döntések szabadsága a versenyjog tükrében. In.: Placet experiri – ünnepi tanulmányok Bánrévy Gábor 75. születésnapjára. Budapest, 2004.

**Fazekas Judit:** A fogyasztóvédelmi aquis átvételének jogi és szervezeti kérdései. In: Csatlakozás-jogközelítés: az Acquis Communautaire adaptálása a magyar jog- és intézményrendszerbe, Szerkesztette: Fazekas Judit, Asztalos Zsófia, Sós Gabriella. KJK-Kerszöv, Budapest, 2003.

**Szerződési jog – fogyasztóvédelem.** Szerkesztette: Sáriné Simkó Ágnes. HVG-Orac, Budapest, 2000.

**Előadásjegyzet Besenyei Lajos,** Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Polgári Jogi és Polgári Eljárásjogi Tanszék *Polgári jog* című előadásáról

**Előadásjegyzet Papp Tekla,** Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Polgári Jogi és Polgári Eljárásjogi Tanszék *Atipikus szerződések* című előadásáról

**Előadásjegyzet Papp Tekla**, Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Polgári Jogi Polgári Eljárásjogi Tanszék *Társasági jog* című előadásáról

**Fazekas Judit**: A fogyasztói szerződések tisztességtelen szerződési feltételeit szabályozó új európai uniós irányelv és a magyar jog. In: Magyar Jog, 1995/11.

**Király Miklós**: Az Európai Közösségek irányelveinek hatása a szerződési jogra a fogyasztóvédelem területén. In.: Magyar Jog, 2000/6.

**Manfred A. Dausen, Nikolicza Péter**: Egy egységes európai magánjog felé? In.: Jogtudományi Közlöny, 2002/10.

**Zavodnyik József**: A fogyasztók megtévesztésére alkalmas reklámok versenyjogi megítélése a bírói gyakorlat tükrében. In.: Gazdaság és Jog, 2005/4.

### ***Felhasznált internet oldalak***

**Áttekintés az elektronikus kereskedelem jogáról**, Készítette: Gárdos, Benke, Mosonyi, Tomori Ügyvédi Iroda, 2000., Letölthető: <http://gfmt.hu/hu/index.html>

**A Kossuth rádióban 2005. február 15-én elhangzott műsorban**, A csomagküldő csalhat, az internetes áruház nem címmel, melyben Mayer Erika nyilatkozott, Letölthető: [http://www.radio.hu/-index.php?cikk\\_id=125731](http://www.radio.hu/-index.php?cikk_id=125731)

**Az elektronikus katalógus**. Letölthető: <http://www.netlabor.hu/e-cat/>

**Boris Péter**: Internetes csomagküldők figyelmébe, Letölthető: <http://www.ujkonyvpiac.hu/hirek.asp?id=1167>

**Elektronikus kereskedelem**. Letölthető: <http://www.logsped.hu/ekereskedelem.htm>

**Ercsényi András**: E-commerce fogalmak. 2002. 06. 06., Letölthető: <http://www.infopen.hu/index.php3?id=3873&type=1>

**Faludi Gábor:** Az elektronikus kereskedelem aktuális kérdései. Az ELTE Polgári Jogi Tudományos Diákkör 1999.10.7-én elhangzott előadás szerkesztett változata (Az összefoglalót Bodzási Balázs és Burger László készítette). Letölthető:

<http://www.ajk.elte.hu/index.asp?URL=http://www.ajk.elte.hu/TudomanyosProfil/HallgatokTevekenysege.html>

**Fazekas Judit– Sós Gabriella:** Fogyasztóvédelem az Európai Bíróság gyakorlatában. In.: Fogyasztóvédelmi Szemle, 2005/1. 37-48.o. Letölthető:

[www.fvf.gov.hu/letoltes.php?filename=Szemle\\_05\\_1.pdf&file\\_path=7&local=23.pdf&PHPSESSID=0b396](http://www.fvf.gov.hu/letoltes.php?filename=Szemle_05_1.pdf&file_path=7&local=23.pdf&PHPSESSID=0b396)

**Fogyasztóvédelem.** Letölthető:

[http://www.eu2004.hu/index.php?op=kozossegi\\_politikak&ha=&id=5](http://www.eu2004.hu/index.php?op=kozossegi_politikak&ha=&id=5)

**Hogyan történik jövedéki termékek csomagküldő szolgáltatón keresztül történő értékesítése?** Letölthető:

[http://www.eu2004.hu/index.php?op=kerdesvalasz\\_reszletes&kerdes\\_valasz\\_id=829](http://www.eu2004.hu/index.php?op=kerdesvalasz_reszletes&kerdes_valasz_id=829)

**Jogszabályi környezet,** 2005.07.10., Letölthető:

[www.addel.hu/jogszabalyi-kornyezet.php](http://www.addel.hu/jogszabalyi-kornyezet.php)

**Jövedéki adó.** Letölthető:

<http://www.eu2004.hu/index.php?op=gazdasag&id=66>

**Magánszemélyek magáncélú jövedéki termék behozatala az Európai Unió tagállamaiból.** Letölthető:

<http://vam.gov.hu/displayDoc.do?docId=2474>

**Mezei András:** Az e-business helyzete és szerepe Magyarország és a fejlett országok agrárgazdaságában., 2004. Letölthető:

[miao.gau.hu/magisz/2004/pdf/mezei.pdf](http://miao.gau.hu/magisz/2004/pdf/mezei.pdf)

**Mi az elektronikus kereskedelem?** Letölthető:

[http://www.ofe.hu/jo\\_tudni/eker2.htm](http://www.ofe.hu/jo_tudni/eker2.htm)

**Németh Anita:** A jogharmonizáció hatása a polgári jogra, különös tekintettel a fogyasztóvédelem témakörére. Az ELTE Polgári Jogi Tudományos Diákkör 2000. május 4.-i ülésén elhangzott előadás szerkesztett változata. A szöveget a szerző rendezte kiadás alá.

Letölthető:

[http://www.ajk.elte.hu/index.asp?URL=http://www.ajk.elte.hu/Tudo  
manyosProfil/HallgatokTevekenysege.html](http://www.ajk.elte.hu/index.asp?URL=http://www.ajk.elte.hu/Tudo<br/>manyosProfil/HallgatokTevekenysege.html)

**Pálinkás Jenő:** Az internet egyes marketing alkalmazási lehetőségei.

Letölthető:

[http://www.mkimarketing.hu/sajtoszoba/onlinehelyzet\\_termi-  
nal\\_031020.htm](http://www.mkimarketing.hu/sajtoszoba/onlinehelyzet_termi-<br/>nal_031020.htm)

**Rátonyi Gábor Tamás:** Igazi boltot kell nyitni az e-áruház mellett.

Letölthető:

[http://www.origo.hu/techbazis/internet/20050303eboltkenyszer.ht  
ml](http://www.origo.hu/techbazis/internet/20050303eboltkenyszer.ht<br/>ml)

**S.O.: Vásárlás gombnyomásra.** Az internetes áruházak népszerűségének titkai., 2000/09.

Letölthető: [www.piacessprofit.hu/?s=32&n=3&mr=83](http://www.piacessprofit.hu/?s=32&n=3&mr=83)

**Súlyos hiányosságokat találtak a webáruházaknál.** 2005. január 26. Letölthető: [http://hvg.hu/gazdasag/20050126fogyasz-  
tovedelmi.aspx](http://hvg.hu/gazdasag/20050126fogyasz-<br/>tovedelmi.aspx)

**Távértékesítés.** Letölthető:

[http://www.eu2004.hu/index.php?op=mindennapok\\_vallalkozas&i  
d=116](http://www.eu2004.hu/index.php?op=mindennapok_vallalkozas&i<br/>d=116)

**Üzletnyitás és -működtetés, üzleten kívüli kereskedés.**

Letölthető: <http://www.mhk.hu/hj/200103/1.htm>

**Vásárlási tanácsok.** 2004. június 24. Letölthető:

<http://www.jogiforum.hu/hirek/10886>

**Vékás Lajos:** Európai fogyasztóvédelmi magánjog. Letölthető:

[http://www.ajk.elte.hu/index.asp?URL=http://www.ajk.elte.hu/Tudo  
manyosProfil/HallgatokTevekenysege.html](http://www.ajk.elte.hu/index.asp?URL=http://www.ajk.elte.hu/Tudo<br/>manyosProfil/HallgatokTevekenysege.html)

**2006. évi vizsgálati jelentés a csomagküldőkről.** Letölthető: [http://www.fvf.hu/index.php?akt\\_menu=86&details=58](http://www.fvf.hu/index.php?akt_menu=86&details=58)

**Reinhard Steennot:** Consumer protection relating to contracts conclude online.

Letölthető: <http://europa.eu/scadplus/leg/en/ivb/l24204.htm>

**Spam Laws:** European Union/EEA.

Letölthető: <http://www.spamlaws.com/eu.shtml>

**The European Coalition Against Unsolicited Commercial Email**, Letölthető: <http://www.euro.cauce.org>

**Magyar Áruküldők Egyesülete**, [www.arukuldok.hu](http://www.arukuldok.hu)

**TEÁOR 5261. nyomtatvány, csomagküldő kiskereskedelem**,  
Letölthető: [www.mkeh.gov.hu](http://www.mkeh.gov.hu)

**Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal**,  
[www.mkeh.gov.hu](http://www.mkeh.gov.hu)

**Belgium Direct Marketing Association**, [www.bdma.be](http://www.bdma.be)

**Asociace Direkt Marketingu à Záselkového**, [www.admaz.cz](http://www.admaz.cz)

**Asociacion Española de Venta a Distancia**, [www.fecemd.org](http://www.fecemd.org)

**Trade Line Elektronikus Katalógusa** [www.unixtrade.hu](http://www.unixtrade.hu)

**Körvonal Multimédia Műhely** [www.korvonal.hu](http://www.korvonal.hu)

**Art Visual Multimédiás CD-rom** [www.artvisual.hu](http://www.artvisual.hu)

**Netlight**, [www.netlight.hu](http://www.netlight.hu)

**Designstudio**, [www.designstudio.hu](http://www.designstudio.hu)

**Software and Art Kft.**, [www.software-and-art.hu](http://www.software-and-art.hu)

**Usernet Internet** [www.usernet.hu](http://www.usernet.hu)

**WebdesigNet**, [www.webdesignet.hu](http://www.webdesignet.hu)

[www.topshop.hu](http://www.topshop.hu)

[www.starkl.hu](http://www.starkl.hu)

[www.otto.de](http://www.otto.de), [www.ottoversand.at](http://www.ottoversand.at), [www.otto.nl](http://www.otto.nl), [www.otto.hu](http://www.otto.hu)

[www.quelle.hu](http://www.quelle.hu), [www.quelle.at](http://www.quelle.at), [www.quelle.cz](http://www.quelle.cz), [www.quelle.ch](http://www.quelle.ch),

[www.libri.hu](http://www.libri.hu), [www.libri.de](http://www.libri.de), [www.libri.cz](http://www.libri.cz),

[www.mondadori.it/libri/index.html](http://www.mondadori.it/libri/index.html)

### ***Felhasznált jogszabályok***

**1959. évi IV. törvény** a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről

**1978. évi IV. törvény** a Büntető Törvénykönyvről

**1990. évi XCIII. törvény** az illetékekről

**1994. évi I. törvény** a Magyar Köztársaság és az Európai Közösségek és azok tagállamai között társulás létesítéséről szóló, Brüsszelben, 1991. december 16-án aláírt Európai Megállapodás kihirdetéséről.

**1995. évi CXIX. törvény** a kutatás és a közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lajcsímadatok kezeléséről

**1996. évi LVII. törvény** a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról

**1996. évi LXXXV. törvény** az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény módosításáról, valamint a hiteles tulajdonilap-másolat igazgatási szolgáltatási díjáról

**1997. LVIII. törvény** a gazdasági reklámtevékenységről

**1997. évi CLV. törvény** a fogyasztóvédelemről

**1997. évi CLV. törvény indokolása** a fogyasztóvédelemről

**2000. évi XXXV. törvény** a növényvédelemről

**2001. évi CVIII. törvény** az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről

**2003. évi CXXVII. törvény** a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól

**2004. évi IX. törvény indokolása** az általános forgalmi adóról szóló 1992. évi LXXIV. törvény módosításáról

**2005. évi CLXIV. törvény** a kereskedelemről

**2006. évi III. törvény indokolása** a Polgári Törvénykönyvről szóló 1959. évi IV. törvény, valamint egyes törvények fogyasztóvédelemmel összefüggő jogharmonizációs célú módosításáról

**2006. évi IV. törvény** a gazdasági társaságokról

**2006. évi V. törvény** a cégnyilvánosságról, a bírósági eljárásról és a végelszámolásról

**1960. 11. törvényerejű rendelet** a Polgári Törvénykönyv hatálybalépéséről és végrehajtásáról

**1978. 2. törvényerejű rendelet** a Polgári Törvénykönyv módosításáról és egységes szövegéről szóló 1977: IV. törvény hatálybalépéséről és végrehajtásáról

**1979. évi 13. törvényerejű rendelet** a nemzetközi magánjogról

**2/1984. (III. 10.) BkM-IpM együttes rendelet** a használati-kezelési útmutatóról és a minőség tanúsításáról

**15/1989. (IX. 7.) KeM rendelet** az egyes kereskedelmi tevékenységek gyakorlásáról

4/1997. (I.22.) **Kormányrendelet** az üzletek működéséről és a belkereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeiről

1/1998. (I. 12.) **IKIM rendelet** a háztartási hűtőszekrények, fagyasztók és ezek kombinációja villamos energia hatékonyságának jelöléséről

17/1999. (II.5.) **Korm. rendelet** a távollevők között kötött szerződésekről

90/2003. (VII. 30.) **FVM-ESCSM együttes rendelet** az élelmiszerek előállításának és forgalmazásának higiéniai feltételeiről

155/2003. (X. 1.) **Korm. rend.** a polgári célú pirotechnikai tevékenységek felügyeletéről

175/2003. (X. 28) **Korm. rend.** a közbiztonságra különösen veszélyes eszközökről

8/2004. (III. 10.) **PM rendelet** a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól szóló 2003. évi CXXVII. törvény egyes rendelkezéseinek végrehajtásáról

297/2005. (XII. 23.) **Korm. rendelet** a Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatalról

2004. **MK 66. szám OM közlemény** a szabályozott szakmák jegyzékéről

### ***Jogalkalmazói döntések***

PK 267. számú kollégiumi állásfoglalás

BH 2000/554.

EBH 2003.915.

Vj-191/1993.

Vj-79/1997.

Vj-3/1998.

Vj-12/1998.

Vj-22/1998.

Vj-30/1998.

Vj-55/1998.

Vj-128/1998.

Vj-74/1999.

Vj-1/2000.



Vj-3/2000.  
Vj-49/2001.  
Vj-77/2001.  
Vj-174/2001.  
Vj-32/2002/22.  
Vj-129/2003.

***Felhasznált Európai Uniói jogszabályok, bírósági ítéletek***

Az Európai Közösséget Létrehozó Szerződés, Róma, 1957. március 25.

Szerződés az Európai Unióról, Maastricht, 1992. február 7., XI. fejezet

Amszterdami Szerződés az Európai Unióról, 1997. október 2.

A szerződésekre alkalmazandó jogról szóló 1980-as Római Egyezmény

92/12/EGK irányelv

93/13/ EGK tanácsi irányelv a fogyasztókkal kötött szerződésekben alkalmazott tisztességtelen feltételekről

Az Európai Parlament és Tanács 1997. május 20-i 97/7/EK irányelve, a távollevők között kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről

2000/31/EK irányelv az elektronikus kereskedelemről

Fehér Könyv, Cannes-ban, 1995. júniusában az Európai Tanács fogadta el

407/85: Centro Sud ügy

C-315/92: Clinique ügy

T-436/93: Mars ügy

C-473/00: Cofidis ügy

## JEGYZETEK

- 1 Papp Tekla: Atipikus szerződések. Egyetemi jegyzet, Szeged, 2006., 6-13.o. (A továbbiakban: Papp T.)
- 2 Giannantonio Benacchio: Az Európai Közösség magánjoga. Polgári jog, Kereskedelmi jog. Osiris Kiadó, Budapest, 2003., 213.o. (A továbbiakban: Benacchio)
- 3 1994. évi I. törvény a Magyar Köztársaság és az Európai Közösségek és azok tagállamai között társulás létesítéséről szóló, Brüsszelben, 1991. december 16-án aláírt Európai Megállapodás kihirdetéséről.
- 4 Fogyasztóvédelem. Letölthető:  
[http://www.eu2004.hu/index.php?op=kozossegi\\_politikak&ha=&id=5](http://www.eu2004.hu/index.php?op=kozossegi_politikak&ha=&id=5) (A továbbiakban: Fogyasztóvédelem)
- 5 Manfred A. Dausés, Nikolicza Péter: Egy egységes európai magánjog felé? In.: Jogtudományi Közlöny, 2002/10., 438-443.o.
- 6 2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről, 2.§ c) pont (A továbbiakban: Kertv.); 15/1989. (IX. 7.) KeM rendelet az egyes kereskedelmi tevékenységek gyakorlásáról, 10.§ j) (A továbbiakban: KeM rend.); 4/1997. (I. 22.) Kormányrendelet az üzletek működéséről és a belkereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeiről, 27.§ p) pont (A továbbiakban: R. Üzletek működéséről)
- 7 17/1999. (II. 5.) Korm. rendelet a távollevők között kötött szerződésekről (A továbbiakban: TRendelet)
- 8 Az Európai Parlament és Tanács 1997. május 20-i 97/7/EK irányelve, a távollevők között kötött szerződések esetén a fogyasztók védelméről (Továbbiakban: 97/7/EK irányelv)
- 9 Papp T., 34. o.
- 10 TRendelet, 11.§ (2) bek.
- 11 TRendelet, 11.§ (1) bek.
- 12 1959. évi IV. tv. a Magyar Köztársaság Polgári Törvénykönyvéről, 207.§ (4) bek. (A továbbiakban: Ptk.)
- 13 TRendelet, 1.§ (2) bek.
- 14 Létezik áruküldő egyesület például Belgiumban (Belgium Direct Marketing Association) Csehországban (Asociace Direkt Marketingu à Záselkového), Dániában, Németországban, Ausztriában, Spanyolországban (Asociacion Española de Venta a Distancia), és csaknem valamennyi európai államban.
- 15 Magyar Áruküldők Egyesülete, [www.arukuldok.hu](http://www.arukuldok.hu) (A továbbiakban: MÁE)
- 16 European Mail Order Trade Association
- 17 MÁE
- 18 Pálincás Jenő: Az internet egyes marketing alkalmazási lehetőségei. Letölthető:  
[http://www.mkimarketing.hu/sajtoszoba/onlinehelzyet\\_terminal\\_031020.htm](http://www.mkimarketing.hu/sajtoszoba/onlinehelzyet_terminal_031020.htm) (A továbbiakban: Pálincás)
- 19 Lukács Mónika, Sándor István, Szűcs Brigitta: Új típusú szerződések és azok gyakorlata a gazdasági életben. HVG-Orac, Budapest, 2003., 309. o. (A továbbiakban: Új típusú szerződések)
- 20 Papp T., 11-12.o.

21 Papp T., 12. o.;

Fazekas Judit: A fogyasztóvédelmi aquis átvételének jogi és szervezeti kérdései. In: Csatlakozás-jogközelítés: az Acquis Communautaire adaptálása a magyar jog- és intézményrendszerbe, Szerkesztette: Fazekas Judit, Asztalos Zsófia, Sós Gabriella. KJK-Kerszöv, Budapest, 2003., 177. o. (A továbbiakban: Fogyasztóvédelmi aquis)

22 Papp T., 8. o.

23 Ptk. 365.§ (1) bek.

24 Ptk. 379.§ (1) bek.

25 Papp T., 11. o.

26 A feltételekről lásd részletesen: A kereskedő, Harmadik rész, II. fejezet, 1. pont

27 Erről részletesen lásd: A szerződés tárgya, Harmadik Rész, III. fejezet

28 Ptk. 380.§

29 Ptk. 381.§

30 Az elállási jog részletes kifejtéséről a későbbi fejezetekben lesz szó.

31 Ptk. 372.§

32 Ptk. 376.§

33 Ptk. 417.§

34 Ptk. 418.§

35 Ptk. 419.§

36 Ptk. 421.§

37 Papp T., 33. o.

Legegyszerűbb módja az elektronikus szerződésnek, ha letölthető szoftvereket, dokumentumokat, vagy hang-, kép-, illetve video – felvételeket értékesítenek, mivel így a megvásárolt termék házhoz szállításáról nem kell külön gondoskodni. - Áttekintés az elektronikus kereskedelem jogáról, Készítette: Gárdos, Benke, Mosonyi, Tomori Ügyvédi Iroda, 2000., Letölthető: <http://gfmt.hu/hu/index.html> (A továbbiakban: GBMT)

38 Így például számos Microsoft alkalmazást, vagy nyomtatókhoz, egyéb hardverekhez tartozó szoftverek letöltését a gyártó cég ingyenesen biztosítja.

39 Business to business

40 Business to consumer

41 Zsuffa Ákos: E-kereskedelem. Századvég Kiadó, Budapest, 2002., 18-20. o. (A továbbiakban: E-kereskedelem)

Ezeket kívül azonban még számos változata lehet a szerződések e típusának, például, ha a fogyasztók egymás között (C2C) kötnek szerződéseket, vagy ha a közigazgatás is bekapcsolódik alanyként a szerződésbe (B2A, vagy B2C – business/consumer to administration) – Ercsényi András: E-commerce fogalmak. 2002. 06. 06., Letölthető: <http://www.infopen.hu/index.php?id=3873&type=1>

42 Pálincás

43 Ma az internet használók aránya Svédországban, Finnországban és Kanadában a legnagyobb. – Mezei András: Az e-business helyzete és szerepe Magyarország és a fejlett országok agrárgazdaságában., 2004. Letölthető: [miao.gau.hu/magisz/2004/pdf/mezei.pdf](http://miao.gau.hu/magisz/2004/pdf/mezei.pdf)

44 Például a Libri, Alexandra, Otto, Quelle, Szirom, Állati– Fincsi Eledelek, Luxus Ékszer Áruház és még hosszan sorolhatnánk azokat az internetes áruházakat, ahol

- a termékeket meg lehet rendelni és azt házhoz is szállítják, vagyis csomagküldő kereskedelmi szerződések jönnek létre.
- 45 GBMT
- 46 Papp T., 118. o.
- 47 [www.otto.de](http://www.otto.de), [www.ottoversand.at](http://www.ottoversand.at), [www.otto.nl](http://www.otto.nl), [www.otto.hu](http://www.otto.hu)
- 48 [www.libri.hu](http://www.libri.hu), [www.libri.de](http://www.libri.de), [www.libri.cz](http://www.libri.cz), [www.mondadori.it/libri/index.html](http://www.mondadori.it/libri/index.html)
- 49 Bíró György: Kötelmi jog. Novotni Kiadó, Miskolc, 2004. 286. o. (A továbbiakban: Bíró Gy.)
- 50 Papp T., 33. o.
- 51 97/7/EK irányelv, (9) bek.
- 52 Előadásjegyzet Papp Tekla, Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Polgári Jogi és Polgári Eljárásjogi Tanszék docensének *Atipikus szerződések* című előadásáról (A továbbiakban: Papp T., előadás)
- 53 Kertv., 2.§ c) pont
- KeM rend., 10.§ j) pont
- R.Üzletek működéséről, 27.§ p) pont
- 54 Papp T., 25. o.
- 55 Papp T., 25. o., TRendelet, 1.§ (1) bek.
- 56 97/7/EK irányelv 2. cikk, (4) bek.
- 57 TRendelet, 1. § (5) bek.
- 58 TRendelet, 1.§ (5) bekezdésének, második fordulata értelmében távközlő eszköznek minősül különösen: címzett vagy a címzés nélküli nyomtatvány, a szabványlevél, a sajtótermékben közzétett hirdetés megrendelőlappal, a katalógus, a telefon, az automata hívókészülék, a rádió, a videotelefon, videotex (mikroszámítógép képernyővel) billentyűzettel vagy érintőképernyővel, az elektronikus levél (e-mail), a távmásoló (telefax) és a televízió.
- 59 Papp T., előadás
- 60 TRendelet 9.§ (1) bek.
- 61 TRendelet 9.§ (2) bek.
- 62 Előadásjegyzet Besenyei Lajos, Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Polgári Jogi és Polgári Eljárásjogi Tanszék *Polgári jog* című előadásáról (A továbbiakban: Besenyei L. előadás)
- 63 Bíró Gy., 286. o.
- 64 GBMT
- McKendrick, Ewan: Contract Law. Macmillan, 1997., 27. o.
- 65 Lásd: A fogyasztó félrevezető tájékoztatása, Negyedik Rész, II. fejezet, 2. cím, a) alcím
- 66 1997. LVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenységről, 3.§ (3) (A továbbiakban: Reklámtv.)
- 67 Reklámtv. 3.§ (3) bek.
- 68 TRendelet, 1999. 03. 01-jén lépett hatályba
- 69 97/7/EK irányelv 1997.05.20-án lépett hatályba
- 70 A Reklámtv. 1997.09.01-jén lépett hatályba
- 71 97/7/EK irányelv 4. cikk (1) bek. a) pont, TRendelet, 2.§ (1) bek. a) pont
- 72 97/7/EK irányelv 4. cikk (1) bek., TRendelet, 2.§ (1) bek.

- 73 A Reklámtv. indokolásában szerepel, hogy a Magyar Köztársaság és az Európai Községek és azok tagállamai közötti társulás létesítéséről szóló, Brüsszelben, 1991. december 16-án aláírt és az 1994. évi I. törvénnyel kihirdetett Európai Megállapodás, vagyis a jogharmonizációs kötelezettségünknek való megfelelés figyelembe vételével született a jogszabály.
- 74 Üzletnyitás és – működtetés, üzleten kívüli kereskedelem. Letölthető: <http://www.mhk.hu/hj/200103/1.htm>
- 75 Pálincás
- 76 Papp T., 25. o.
- 77 KeM rend. 10.§ j) pont, R.Üzletek működéséről 27.§ p), Kertv. 2.§ c) pont
- 78 A szavakat szinonimaként jelölik meg a szótárak
- 79 Az elektronikus katalógus, Letölthető: <http://www.netlabor.hu/e-cat/> (A továbbiakban: E-Cat)
- 80 Ilyen például a Trade Line Elektronikus Katalógusa ([www.unixtrade.hu](http://www.unixtrade.hu)), Körvonal Multimédia Műhely ([www.korvonal.hu](http://www.korvonal.hu)), Art Visual Multimédiás CD-ROM ([www.artvisual.hu](http://www.artvisual.hu))
- 81 Ezeknek jól ismert, tipikus forgatókönyve a termék bemutatásával kezdődik, majd az elégedett felhasználók nyilatkoznak, ezt követi maga az ajánlat és a rendelkezés lehetőségének bemutatása
- 82 Jogszabályi környezet, 2005.07.10., Letölthető: [www.addel.hu/jogszabalyi-kornyezet.php](http://www.addel.hu/jogszabalyi-kornyezet.php)
- 83 Bíró Gy., 287.o.
- 84 Ptk. 211.§ (1) bek.
- 85 TRendelet 2.§ (1) h), és a 97/7/EK irányelv 4. cikk (1) bek. h) pont is ugyanezt tartalmazza
- 86 Ptk. 214. § (1) bek., Bíró Gy. 288. o.
- 87 Besenyei L. előadás
- 88 Bíró Gy., 288-289. o.
- 89 Ptk. 214. § (2) bek.
- 90 Bíró Gy., 289. o.
- 91 Papp T., 25. o.
- 92 Ptk. 211.§ (2) bek., a távollevőknek tett ajánlatra vonatkozó fordulat
- 93 Bíró Gy. 290. o.
- 94 Ptk. 211.§ (2) bek.
- 95 Ptk. 213.§ (2) bek.
- 96 Ptk. 214.§ (4) bek.
- 97 TRendelet, 8.§ (2) bek.
- 98 Ptk. 213.§ (1) bek.
- 99 Eszerint a szerződés akkor jön létre, amikor az ajánlat címzettje megfogalmazta elfogadó nyilatkozatát.
- 100 Szerződés létrejöttének időpontja, amikor az ajánlat címzettje a beleegyező nyilatkozatot elküldte.
- 101 A szerződés akkor jön létre, amikor az elfogadó nyilatkozat megérkezik az ajánlattevőhöz.

- 102 A szerződés létrejöttéhez nem elegendő, hogy az ajánlattevő megkapja az elfogadó nyilatkozatot, ténylegesen tudomást is kell szerezzen róla, meg kell ismerje tartalmát.
- 103 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről, 6.§ (3) bek.
- 104 2000/31/EK irányelv
- 105 Lásd például: Papp T., 27-28. o.; GBMT; E-kereskedelem, 168-169. o.
- 106 Ptk. 213.§ (3) bek.
- 107 Ptk. 216.§ (1) bek.
- 108 GBMT
- 109 GBMT
- 110 Faludi Gábor: Az elektronikus kereskedelem aktuális kérdései. Az ELTE Polgári Jogi Tudományos Diákkör 1999.10.7-én elhangzott előadás szerkesztett változata, (Az összefoglalót Bodzási Balázs és Burger László készítette). Letölthető: <http://www.ajk.elte.hu/index.asp?URL=http://www.ajk.elte.hu/TudomanyosProfil/HallgatokTevekenysege.html>
- 111 TRendelet, 8.§ (2) bek.
- 112 TRendelet, 3.§ (1) bek.
- 113 Ptk. 217. § (1) bek., (2) bek.
- 114 Így a tulajdonjog fenntartásos vételt [Ptk. 368. § (1) bek.], visszavásárlási joggal egybekötött adásvétel [Ptk. 374.§ (1) bek.], vételi joggal, opcióval egybekötött adásvétel [Ptk. 375.§ (1) bek.], részletvétel esetén az eladó elállási jogának, illetve a részletfizetési kedvezmény megvonásának kikötését [Ptk. 376.§ (2) bek.]
- 115 Fazekas Judit: A fogyasztói szerződések tisztességtelen szerződési feltételeit szabályozó új Európai Uniósi irányelv és a magyar jog. In: Magyar Jog, 1995/11., 660. o. (A továbbiakban: Fazekas J.)
- 116 Bíró Gy., 298. o.
- 117 Ptk. 205/A. § (1) bek.
- 118 Ptk. 205/A.§ (3) bek.
- 119 Ptk. 205/B. § (1) bek.
- 120 Például a legtöbb webshopban külön menüpontban lehet megtekinteni (ilyen például a [www.topshop.hu](http://www.topshop.hu), [www.libri.hu](http://www.libri.hu), Luxus Ékszer Áruház, ), de vannak kivételek is, ahol a termék kiválasztását követően jelenik meg az ÁSZF, és annak végén található *elfogadom* gombra kattintva folytathatjuk csak a megrendelést.
- 121 Fazekas J., 660. o.
- 122 Bíró Gy., 325. o.; Besenyei L. előadás
- 123 Ptk. 201. §
- 124 Ptk. 209/A. § (4) bek.
- 125 PK 267. számú kollégiumi állásfoglalás
- 126 PK 267. számú kollégiumi állásfoglalás
- 127 Ptk. 5.§
- 128 PK 267. számú kollégiumi állásfoglalás
- 129 Ptk. 202.§
- 130 Lásd például Fazekas J. 660. o.
- 131 Fazekas J. 660. o.

- 132 A szerződés tárgyról lásd Harmadik Rész, III. fejezet
- 133 R.Üzletek működéséről, 27. § p) pont; KeM rend. 10.§ j) pont; Kertv., 2.§ c) pont
- 134 R.Üzletek működéséről, 27. § p) pont; KeM rend. 10.§ j) pont; Kertv., 2.§ c) pont
- 135 R.Üzletek működéséről, 19. § (1) bek., Kertv., 3.§, (1) bek.
- 136 97/7/EK irányelv
- 137 Rátónyi Gábor Tamás: Igazi boltot kell nyitni az e-áruház mellett. Letölthető: <http://www.origo.hu/techbazis/internet/20050303eboltkenyszer.html>
- 138 Így például a Kossuth rádióban 2005. február 15-én elhangzott műsorban, A csomagküldő csallhat, az internetes áruház nem címmel, melyben Mayer Erika nyilatkozott, Letölthető: [http://www.radio.hu/index.php?cikk\\_id=125731](http://www.radio.hu/index.php?cikk_id=125731)
- Boris Péter: Internetes csomagküldők figyelmébe, Letölthető: <http://www.ujkonvvpia.hu/hirek.asp?id=1167> (A továbbiakban: Boris P.)
- 139 97/7/EK irányelv 14. cikk
- Reinhard Steennot: Consumer protection relating to contracts conclude online. Letölthető: <http://europa.eu/scadplus/leg/en/lvb/424204.htm>
- Németh Anita: A jogharmonizáció hatása a polgári jogra, különös tekintettel a fogyasztóvédelem témakörére. Az ELTE Polgári Jogi Tudományos Diákkör 2000. május 4.-i ülésén elhangzott előadás szerkesztett változata. A szöveget a szerző rendezte kiadás alá. Letölthető: <http://www.ajk.elte.hu/index.asp?URL=http://www.ajk.elte.hu/TudomanyosProfil/HallgatoKTevekenysege.html> (A továbbiakban: Németh A.)
- 140 Boris P.
- 141 Kertv., 2.§ i)
- 142 Kertv., 2.§ g)
- 143 Kiskereskedelem meghatározása: Kertv., 2.§ j) pont; ezt támasztja alá a 24/1995. (XI. 22.) PM rendelet a számla, egyszerűsített számla és nyugta adóigazgatási azonosításáról, valamint a nyugta adását biztosító pénztárgép és taxaméter alkalmazásáról, 7/A. § 2., a) pontja, mely a kiskereskedelem körébe sorolja a csomagküldő kereskedelmet is
- 144 Fogyasztóvédelmi aquis, 173. o.
- 145 Fogyasztóvédelmi aquis, 173. o.
- 146 Ftv. 2.§ e) pont
- 147 1997. évi CLV. Törvény indokolása a fogyasztóvédelemről, 4.2. pont, a fogyasztó fogalma
- 148 Németh A.
- 149 97/7/EK irányelv 2. cikk (2) pont
- 150 Új típusú szerződések, 313. o.
- 151 Németh A.
- 152 Reasonable consumer
- 153 Fazekas Judit– Sós Gabriella: Fogyasztóvédelem az Európai Bíróság gyakorlatában. In.: Fogyasztóvédelmi Szemle, 2005/1. 37-48.o. Letölthető: [www.fvf.gov.hu/letoltes.php?filename=Szemle\\_05\\_1.pdf&file\\_path=7&local=23.pdf&PHPSESSID=0b396](http://www.fvf.gov.hu/letoltes.php?filename=Szemle_05_1.pdf&file_path=7&local=23.pdf&PHPSESSID=0b396) (A továbbiakban: Fogyasztóvédelmi Szemle)
- 154 T-436/93: Mars-ügy; C-315/92: Clinique-ügy; 407/85: Centro Sud ügy

- 155 Új típusú szerződések, 313-314. o.
- 156 Papp T., 25. o.
- 157 Ilyen például Starkl Kert katalógusok növényvédő- és ápolószereinek kínálata ([www.starkl.hu](http://www.starkl.hu))
- 158 155/2003. (X. 1.) Korm. rend. a polgári célú pirotechnikai tevékenységek felügyeletéről, 18.§ (3) bek.
- 159 175/2003. (X. 28) Korm. rend. a közbiztonságra különösen veszélyes eszközökről, 4. § (3) bek.
- 160 90/2003. (VII. 30.) FVM-ESCSM együttes rendelet az élelmiszerek előállításának és forgalmazásának higiéniai feltételeiről, 1.§, 1. számú melléklet 4.8. pont;
- R.Üzletek működéséről, 19.§ (2) bek.
- 161 R. Üzletek működéséről, 6. számú melléklet tartalmazza a forgalomba hozható gyógynövények magyar és latin nyelvű jegyzékét
- 162 R. Üzletek működéséről, 12.§, 19.§ (2) bek.
- 163 KeM Rendelet, 2/A.§
- 164 Besenyei L. előadás
- 165 97/7/EK irányelv, 4. cikk (2) bek.
- 166 Cégneve, illetve egyéni vállalkozó neve, nyilvántartásba vételi száma, adószáma, székhelye (lakóhelye), telefonszáma.
- 167 Ajánlati kötöttség ideje, valamint az alapidíjtól eltérően megállapított a távközlő eszköz használati díja.
- 168 Az áru lényeges tulajdonsága, az ellenszolgáltatás és az ahhoz kapcsolódó egyéb fizetési kötelezettség, szállítási költség, illetve a fizetés, szállítás, teljesítés egyéb feltételei, valamint ismétlődő teljesítés esetén a szerződés legrövidebb időtartama.
- 169 Papp T., 26. o.; TRendelet, 2.§ (1)-(2) bekezdések
- 170 TRendelet, 2.§ (3) bek.
- 171 Fogyasztóvédelmi aquis, 174. o.
- 172 A távközlő eszköz használati díját, az ajánlati kötöttség idejét és a szerződés legrövidebb tartamát nem kell befoglalni.
- 173 TRendelet, 3.§
- 174 TRendelet, 10.§
- 175 TRendelet, 7.§ (1) bek.
- 176 Bíró Gy., 411-412. o.
- 177 2/1984. (III. 10.) BKM-IpM együttes rendelet a használati-kezelési útmutatóról és a minőség tanúsításáról, 2.§
- 178 Papp T., 28. o.
- 179 TRendelet, 7.§ (2) bek.
- 180 TRendelet, 7.§ (3) bek.
- 181 TRendelet, 4.§ (5) bek.
- 182 TRendelet, 7.§ (2) bek.
- 183 TRendelet, 7.§ (3) bek.
- 184 R.Üzletek működéséről, 22.§ (1) bek.
- 185 TRendelet, 8.§ (1)-(2) bekezdések; KeM rendelet, 10.§ j) pont
- 186 TRendelet, 4.§ (5) bek.
- 187 Papp T., 29. o.



- 188 Papp T., 29. o.  
 189 Fogyasztóvédelmi aqvis, 174. o.  
 190 TRendelet, 4.§ (1)-(2) bekezdések  
 191 Bíró Gy., 399.o.  
 192 TRendelet, 4.§ (3)-(4) bekezdések  
 193 Bíró Gy., 398. o.  
 194 TRendelet, 4.§ (5) bek.  
 195 Ptk. 5.§ (1)-(2) bekezdések  
 196 Fogyasztóvédelmi aqvis, 176. o.  
 197 7/97/EK irányelv, 6. cikk, (2) bek.  
 198 Fogyasztóvédelmi aqvis, 176. o.  
 199 Fogyasztóvédelmi aqvis, 176. o.  
 200 Papp T., 30. o.  
 201 Bíró Gy., 411. o.  
 202 Ptk. 277.§ (1) bek.  
 203 Ptk. 278.§ (1) bek.  
 204 TRendelet, 7.§ (1) bek.  
 205 Elektronikus kereskedelem. Letölthető:  
<http://www.logsped.hu/ekereskedelem.htm> (A továbbiakban: logsped); Pálincás  
 206 Mi az elektronikus kereskedelem? Letölthető:  
[http://www.ofe.hu/jo\\_tudni/eker2.htm](http://www.ofe.hu/jo_tudni/eker2.htm) (A továbbiakban: Jó tudni); S.O.  
 207 TRendelet, 6.§ (1) bek.  
 208 Papp T., 30. o.  
 209 TRendelet, 6.§ (2)-(3) bekezdések  
 210 Lásd: A vásárló jogai, Harmadik Rész, IV. fejezet, 3. pont  
 211 Németh A.  
 212 Fogyasztóvédelmi aqvis, 157-159. o.  
 213 Király Miklós: Az Európai Közösségek irányelveinek hatása a szerződési jogra a fogyasztóvédelem területén. In.: Magyar Jog, 2000/6., 333-334. o.  
 214 Súlyos hiányosságokat találtak a webáruházaknál. 2005. január 26. Letölthető:  
<http://hvg.hu/gazdasag/20050126fogyasztovedelmi.aspx>  
 215 Ilyen volt többek között 2005-ben a SSI Schäfer Shop Hungária Kft., a Starkl Kert Növénytermesztő és Kereskedelmi Kft., valamint a Reader's Digest Kft.  
 216 Ilyen volt például 2005-ben a Miriale International  
 217 Ptk. 209.§ (1) bek.  
 218 93/13. ie.  
 219 Fogyasztóvédelmi Szemle, 46. o.  
 220 C-473/00: Cofidis-ügy  
 221 Fazekas J., 662. o.  
 222 93/13. ie.  
 223 2006. vizsgálat  
 224 1979. évi 13. tvr. a nemzetközi magánjogról, 24-29. §§  
 225 A szerződésekre alkalmazandó jogról szóló 1980-as Római Egyezmény 5. Cikk 2. bekezdés  
 226 2006. vizsgálat

- 227 Boytha Györgyné: A fogyasztói döntések szabadsága a versenyjog tükrében. In.: Placet experiri – ünnepi tanulmányok Bánrévy Gábor 75. születésnapjára. Budapest, 2004., 56-57.o.
- 228 Besenyei L. előadás; Bíró Gy., 340. o.
- 229 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról, 8-10.§ (A továbbiakban: Tptv.)
- 230 Tptv., 8-10.§
- 231 A fogyasztó megtévesztésének versenyjogi aspektusairól lásd: Fogyasztó félrevezető tájékoztatása, Negyedik Rész, II. fejezet, 2. cím, a) alcím
- 232 Zavodnyik József: A fogyasztók megtévesztésére alkalmas reklámok versenyjogi megítélése a bírói gyakorlat tükrében. In.: Gazdaság és Jog.2005/4., 9-10.o. (A továbbiakban: Zavodnyik J.)
- 233 Fogyasztóvédelem
- 234 Vj-30/1998., Vj-128/1998.
- 235 Vj-49/2001., Vj-174/2001.
- 236 Zavodnyik J., 11.o.
- 237 Vj-55/1998.
- 238 Vj-22/1998., Vj-32/2002/22.
- 239 Vj-1/2000.
- 240 Vj-191/1993.
- 241 Zavodnyik J., 12.o.
- 242 Vj-79/1997., Vj-30/1998., Vj-129/2003.
- 243 Zavodnyik J., 9-10.o.
- 244 Reklámtv., 3.§ (5) bek.
- 245 The European Coalition Against Unsolicited Commercial Email (EuroCAUCE) küzd a spamek ellen

